

**PENGARUH KELAS SOSIAL, JAMINAN RASA AMAN, DAN LOKASI
TERHADAP MINAT TRANSAKSI DI BANK SYARI'AH
(Studi Pada Masyarakat Desa Bandar Jaya Timur Kecamatan
Terbanggi Besar Lampung Tengah)**



Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis
Islam

Oleh :

**SRI WAHYUNING TIAS
1451020125**

Program Studi : Perbankan Syari'ah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1440H/ 2018 M**

**PENGARUH KELAS SOSIAL, JAMINAN RASA AMAN, DAN LOKASI
TERHADAP MINAT TRANSAKSI DI BANK SYARIAH
(Studi Pada Masyarakat Desa Bandar Jaya Timur Kecamatan
Terbanggi Besar Lampung Tengah)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis
Islam

Oleh :

**SRI WAHYUNING TIAS
1451020125**

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Heni Noviarita, S. E., M. Si.
Pembimbing II : Deki Fermansyah, S.E., M.Si.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H/ 2018 M**

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan perbankan yang setiap tahunnya mengalami kemajuan yang sangat signifikan, Bank Syariah sebagai wadah atau lembaga intermediasi antara orang yang memiliki kelebihan dana dengan orang yang kekurangan dana. Disisi lain Bank Syari'ah merupakan lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al- Qur'an dan Hadis Nabi Saw. Berkembangnya suatu bank dilihat dari tingkat daya tarik suatu masyarakat akan menggunakan jasa-jasa yang ada di perbankan. Berkembangnya pertumbuhan bank juga harus diikuti dengan bertambahnya minat ketertarikan akan menggunakan jasa dan produk di perbankan. Calon nasabah tentunya menggunakan banyak kriteria yang lebih dalam memilih bank sehingga mereka menjadi pengguna jasa perbankan tersebut. Karena pada umumnya perilaku konsumen akan suatu produk mementingkan berbagai aspek untuk menjadi pertimbangan dalam memilih produk atau jasa tersebut. Permasalahan yang diteliti adalah melihat ada atau tidaknya pengaruh yang ditimbulkan dari kelas sosial, jaminan rasa aman serta lokasi terhadap minat masyarakat untuk melakukan transaksi di bank syariah. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk melihat minat masyarakat Desa Bandar Jaya terhadap ketertarikan bertransaksi di Bank Syari'ah.

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder, dalam pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), Teknik sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan sampel 100 orang dari masyarakat Bandar Jaya Timur dan analisis data penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 23.

Dari hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi dengan nilai $t_{hitung} (3,408) > t_{tabel} (1,984)$. Dan variabel jaminan rasa aman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi dengan $t_{hitung} (2,408) > t_{tabel} (1,984)$. Sedangkan secara parsial lokasi tidak berpengaruh terhadap minat transaksi dengan nilai $t_{hitung} (1,300) < t_{tabel} (1,984)$. Namun secara bersama-sama kelas sosial, jaminan rasa aman, dan lokasi berpengaruh positif terhadap minat transaksi dengan nilai $F_{hitung} sebesar 13,266 > F_{tabel} 3,09$. Untuk nilai *Adjusted R Square* diperoleh 0,271 atau 27,1% artinya bahwa variabel kelas sosial, jaminan rasa aman dan lokasi memberikan pengaruh terhadap minat transaksi di Bank Syariah sebesar 27,1%. Sedangkan sisinya sebesar 72,9% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, Lokasi, Minat Transaksi



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KELAS SOSIAL, JAMINAN RASA AMAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT TRANSAKSI DI BANK SYARIAH (Studi Pada Masyarakat Desa Bandar Jaya Timur Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)**
 Nama : **Sri Wahyuning Tias**
 NPM : **1451020125**
 Fakultas : **Ekonomi Dan Bisnis Islam**
 Jurusan : **Perbankan Syariah**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah
 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Dr. Heni Noviarita, S.E., M. Si.
NIP. 196511201992032002

Pembimbing II

Deki Firmansyah, S. E. I., M. Si.
NIP. 198706042015031006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Ahmad Habibi, S.E., M.E.
NIP. 197905142003121003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH KELAS SOSIAL, JAMINAN RASA AMAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT TRANSAKSI DI BANK SYARIAH** (Studi Pada Masyarakat Desa Bandar Jaya Timur Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah), disusun oleh **Sri Wahyuning Tias**

NPM:1451020125 Jurusan Perbankan Syariah, diujikan dalam sidang munaqosah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada

hari/tanggal : Rabu/ 12 Desember 2018

Waktu : 15.00- 16.30 WIB

Ruangan : Dekanat Lantai 3A

TIM MUNAQOSYAH

Ketua sidang : Hanif, SE., M.M.

Penguji 1 : Femei Purnamasari, S.E., M.Si

Penguji 2 : Deki Fermansyah, S.E., M.Si

Sekretaris : Ahmad Hazas Syarif, M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag

NIP: 19580824 1989031003

MOTTO

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَتَأُولَى الْأَلْبَبِ

لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya : “Katakanlah: “ Tidaklah sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya keburukan itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat, agar kamu beruntung”¹

¹Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: JABAL, 2010), surat Al- Mai'dah ayat 100, h. 124.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat Islam di dunia. Akhirnya penulis mampu menyelesaikan pembuatan skripsi ini yang penulis persembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tuaku Bapak Ketang dan Ibu Yatinah. Yang selalu senantiasa memberikan do'a yang tulus dan ikhlas, kasih sayang, semangat yang tidak henti, motivasi , arahan, bimbingan dan dukungan berupa moral dan materil serta inspirasi kepada penulis dalam menuntut ilmu.
2. Kepada ke-Dua adikku tercinta Dwi Utami dan Sifa Salwa Nabila yang selalu menjadi alasan penulis untuk terus semangat dalam mengejar cita-cita, yang memberikan dukungan moril seta adik-adik yang menjadi saksi untuk mengapai kesuksesan dan untuk Om Iwan dan Bulek Isti yang telah memberikan semangat serta dukungan. Serta keluarga besarku atas dukungan moral sehingga dapat menyelesaikan tugas ini.
3. Kepada guru-guruku dan dosenku dari tingkat Taman Kanak-kanak hingga di bangku perkuliahan, terima kasih telah membimbingku dari tak tau apa-apa hingga mengerti banyak hal.

4. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung yang menjadi tempatku menimba ilmu sebagai calon Sarjana Ekonomi.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dengan nama Sri Wahyuning Tias dilahirkan di Bandar Jaya, Lampung Tengah pada tanggal 9 Juli 1996. Anak pertama dari tiga bersaudara, anak dari pasangan dari Bapak Ketang dan Ibu Yatinah berikut adalah daftar riwayat pendidikan penulis:

1. TK IT Insan Kamil pada tahun 2001 selesai pada tahun 2002
2. SD IT Insan Kamil pada tahun 2002 selesai pada tahun 2008
3. SMP Negeri 3 Terbanggi Besar tahun 2008 selesai pada tahun 2011
4. SMK Negeri 1 Terbanggi Besar tahun 2011 selesai pada tahun 2014
5. Selanjutnya pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung yang saat ini berubah status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, mengambil program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim, Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih dan maha penyayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan kenikmatan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman dan Lokasi terhadap Minat Transaksi (Studi pada masyarakat desa Bandar Jaya Timur Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)” dengan baik dan benar. Sholawat beriringkan salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga kepada para sahabat.

Skripsi ini ditulis merupakan bagian dan persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna mendapatkan gelar sarjana ekonomi (S.E), atas terselesaikannya skripsi ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya, ungkapan terima kasih tersebut penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Moh Bahrudin, M.A. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberi kesempatan untuk

menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

2. Bapak Ahmad Habibi, S.E, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa menjadi panutan bagi mahasiswanya.
3. Ibu Dr. Heni Noviarita, S.E., M. Si. Deki Firmansyah, S. E. I., M. Si, selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang selalu sabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis. Serta selalu memberi solusi atas kekeliruan yang ada selama penulisan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Seluruh staff akademik dan pegawai perpustakaan yang selama ini selalu mempermudah segala urusan penulis dalam hal pelayanan dan tempat mencari referensi.
6. Kepala desa Bandar Jaya Timur Bapak Taruna Jaya beserta seluruh masyarakat Bandar Jaya Timur atas partisipasinya dalam membantu mengisi kuesioner untuk menunjang dalam penulisan skripsi ini.
7. Kepada sahabat-sahabatku sejak kecil Nia dan Dhini , sahabat putih abu-abuku Resma, Debby dan Atika. Serta sahabat di bangku Perkuliahan Olga, Sevi, Tiara, Dewi, Okta, Sela dan Maya terima kasih atas dukungan semangat kalian dan terima kasih telah mewarnai kehidupanku semoga persahabatan kita abadi, semoga kita semua selalu lindungan Allah SWT.
8. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah E angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung. Terima kasih untuk cerita dan masa-masa empat tahun yang kita lewati dukungan serta rasa kekeluargaan yang tinggi dan rasa peduli antar yang lain dan akan dikenang dan menjadi sejarah dalam hidup ku.

5. Keluarga besar UKM BAPINDA dan UKMF RISEF yang menjadi wadah dakwah dan memperoleh ilmu dalam berorganisasi. Serta teman-teman dan sahabat dalam organisasi terima kasih untuk ikatan ukhuwah yang indah dan semoga menjadi persaudaraan dunia akhirat.
6. Teman-teman KKN kelompok 1 desa sidomekar Yuli, Ayu, Muti, Venti Reka, Sella, Bunda Mas, Sandi, Riyan, Ulil dan Akmal. Terima kasih untuk cerita-cerita dan kisah selama KKN hingga hari ini sebagai warna dalam hidupku. Semoga ikatan persaudaraan dan persahabatan kita sampai dunia akhirat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat di jadikan sebagai sumber referensi baru bagi pembaca terutama dalam bidang Perbankan Syariah.

Bandar Lampung, 24 September 2018

Penulis

Sri Wahyuning Tias
NPM.1451020125

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Penegasan Judul	1
1.2 Alasan Memilih Judul	3
1.3 Latar Belakang Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	14
1.5 Batasan Masalah	14
1.6 Tujuan dan Manfaat Penelitian	15
 BAB II LANDASAN TEORI	 17
2.1 Perilaku Konsumen	17
2.1.1 Pengertian perilaku konsumen	17
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	18
2.2 Minat Transaksi	22
2.2.1 Pengertian Minat	22

2.2.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat	23
2.2.3	Indikator pengukur minat dengan model AIDDA	24
2.2.3.1	Tahap Menaruh Perhatian	25
2.2.3.2	Tahap Ketertarikan.....	27
2.2.3.3	Tahap Keinginan	28
2.2.3.4	Tahap Keputusan.....	29
2.2.3.5	Tahap Tindakan untuk Aksi Beli	30
2.3	Kelas Sosial	31
2.3.1	Pengertian kelas sosial	31
2.3.2	Variabel-Variabel dalam kelas sosial.....	34
2.3.3	Karakteristik tujuh kelas sosial	36
2.3.4	Indikator kelas sosial.....	37
2.4	Jaminan Rasa Aman.....	40
2.4.1	Pengertian jaminan rasa aman.....	40
2.4.2	Hierarki kebutuhan maslow	42
2.4.3	Faktor yang dapat membuat seseorang merasa aman	44
2.4.4	Indikator Jaminan Rasa Aman	45
2.5	Lokasi.....	46
2.5.1	Pengertian Lokasi.....	46
2.5.2	Pertimbangan Penentuan Lokasi	49
2.5.3	Indikator lokasi.....	51
2.6	Jasa-jasa yang mendukung kegiatan Transaksi di Bank	52
2.6.1	Kegiatan pokok di bank	52
2.6.2	Kegiatan lain atau kegiatan penunjang di Bank.....	59
2.7	Penelitian Terdahulu	60
2.8	Karangka Pemikiran.....	64
2.9	Hipotesis.....	65
BAB III METODE PENELITIAN		67
3.1	Metodelogi Penelitian	67
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian.....	67
3.3	Data dan Sumber Data.....	68
3.3.1	Data primer	68
3.3.2	Data Sekunder.....	69
3.4	Teknik Pengumpulan Data	70
3.4.1	Observasi	70
3.4.2	Kuesioner.....	70
3.4.3	Dokumentasi	71
3.5	Populasi dan Sampel	72
3.5.1	Populasi	72
3.5.2	Sampel	72
3.6	Variabel Penelitian	74
3.6.1	Variabel Dependen	74

3.6.2	Variabel Independen.....	74
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	75
3.8	Teknik Analisa Data.....	78
3.9	Metode Analisa Data.....	80
3.9.1	Uji Validitas.....	80
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	81
3.10	Uji Asumsi Klasik.....	82
3.10.1	Uji Normalitas.....	82
3.10.2	Uji Multikolinieritas.....	83
3.10.3	Uji Heteroskedastisitas.....	84
3.11	Uji Hipotesis.....	84
3.11.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
3.11.2	Uji Koefisien Determinasi.....	85
3.11.3	Uji Simultan (uji F).....	86
3.11.4	Uji Parsial (uji t).....	87
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	88
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	88
4.1.1	Sejarah Berdirinya desa Bandar jaya.....	88
4.1.2	Batas-batas Wilayah Bandar Jaya Timur.....	91
4.1.3	Struktur Pemerintahan Kelurahan bandar Jaya Timur.....	93
4.2	Gambaran Umum Responden.....	93
4.2.1	Jenis Kelamin.....	94
4.2.2	Usia Responden.....	95
4.2.3	Pekerjaan Responden.....	96
4.2.4	Penghasilan Responden.....	97
4.2.5	Pendidikan Responden.....	98
4.3	Analisa Data.....	99
4.4	Alat Uji Kuesioner.....	103
4.4.1	Uji Validitas.....	103
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	105
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	108
4.4.3.1	Uji Normalitas.....	108
4.4.3.2	Uji Multikolinieritas.....	109
4.4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	111
4.4.4	Uji Linier Berganda.....	112
4.4.5	Uji Koefisien Determinasi.....	114
4.4.6	Uji Simultan.....	115
4.4.7	Uji Parsial.....	116
4.5	Pembahasan.....	119
4.5.1	Pengaruh Variabel X_1 Terhadap Y.....	119
4.5.2	Pengaruh Variabel X_2 Terhadap Y.....	120
4.5.3	Pengaruh Variabel X_3 Terhadap Y.....	122

4.5.4 Pengaruh Variabel X Terhadap Y Secara Simultan	124
--	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 126

5.1 Kesimpulan	126
----------------------	-----

5.2 Saran.....	127
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Jumlah penduduk desa bandar jaya timur berdasarkan gender.....	11
2.8 Variabel kelas sosial menurut Gilbert dan Kahl	38
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	75
4.1 Distribusi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin	94
4.2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia	95
4.3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan	96
4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	97
4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan	98
4.6 Distribudi Jawaban Responden Variabel Kelas Sosial	99
4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Jaminan Rasa Aman.....	100
4.8 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Lokasi.....	101
4.9 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Minat Transaksi	102
4.10 Uji Validitas Variabel Kelas Sosial(X_1)	103
4.11 Uji Validitas Variabel Jaminan Rasa Aman(X_2)	104
4.12 Uji Validitas Variabel Lokasi(X_3)	104
4.13 Uji Validitas Variabel Minat Transaksi(Y)	105
4.14 Hasil Reabilitas Variabel Kelas Sosial(X_1)	106
4.15 Hasil Reabilitas Variabel Jaminan Rasa Aman(X_2)	106
4.16 Hasil Reabilitas Variabel Lokasi(X_3)	107
4.17 Hasil Reabilitas Variabel Minat Transaksi(Y)	107
4.18 Uji Normalitas	109
4.19 Uji Multikolinieritas	110
4.20 Uji Heteroskedastisitas	111
4.21 Uji Linier Berganda	112
4.22 Uji Koefisien Determinasi	115
4.23 Uji Simultan (uji F).....	116
4.24 Uji Parsial (uji T).....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka berfikir	64

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : SK Pembimbing.
2. Lampiran 2 : Blanko Konsultasi.
3. Lampiran 3 : Surat Izin Riset
4. Lampiran 4 : Daftar Responden
5. Lampiran 5 : Kuesioner Penelitian
6. Lampiran 6 : Jawaban Responden
7. Lampiran 7 : Hasil Pengujian Variabel dengan Uji Validitas
8. Lampiran 8 : Hasil Pengujian Variabel dengan Uji Reliabilitas
9. Lampiran 9 : Hasil Uji Asumsi Klasik
10. Lampiran 10 : Hasil Regresi Linier Berganda menggunakan SPSS
11. Lampiran 11 : Tabel T
12. Lampiran 12 : Tabel F
13. Dokumen foto
14. Berita acara seminar
15. Berita acara munaqasah

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Penegasan Judul

Agar memudahkan dan mencegah adanya kesalah pahaman terhadap pemaknaan judul maka di perlukan adanya uraian terhadap arti dari kata yang dimaksudkan dalam penulisan skripsi. Dengan diuraikannya kata tersebut diharapkan tidak terjadi kesalah pahaman dalam pemaknaan dan pengertian serta diharapkan juga akan memperoleh gambaran yang jelas dari makna tersebut.

Adapun judul skripsi ini adalah **Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, Dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi di Bank Syari'ah (Studi Pada Masyarakat Desa Bandar jaya Timur Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)**

Adapun uraian pengertian dari istilah-istilah judul tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan dan perbuatan seseorang.²

² Kamus besar bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi IV(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 1045.

2. Kelas Sosial

Sosial adalah: berkenaan dengan masyarakat: *perlu adanya komunikasi -- dalam usaha menunjang pembangunan ini.*³

Kelas Sosial adalah segolongan orang dikalangan masyarakat (petani, nelayan, pedagang, dsb)⁴

3. Jaminan Rasa Aman

Jaminan atau **agunan** adalah aset pihak peminjam yang dijanjikan kepada pemberi pinjaman jika peminjam tidak dapat mengembalikan pinjaman tersebut. Jika peminjam gagal bayar, pihak pemberi pinjaman dapat memiliki agunan tersebut. Dalam pemeringkatan kredit, jaminan sering menjadi faktor penting untuk meningkatkan nilai kredit perseorangan atau pun perusahaan.⁵

4. Lokasi

Lokasi adalah letak; tempat.⁶

5. Minat

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah; keinginan.⁷

6. Transaksi

Transaksi adalah persetujuan jual beli (perdagangan) antara dua pihak.⁸

³ <https://www.kbbi.web.id/sosial>

⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Op.Cit.* h. 653

⁵ <https://id.wikipedia.org/wiki/jaminan/>

⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Op.Cit.* h.838

⁷ *Ibid*, h. 916

7. Bank Syari'ah

Bank Islam atau di Indonesia disebut Bank Syari'ah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah.⁹

1.2 Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis memilih judul ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara Objektif

Di era modern ini bank merupakan suatu lembaga yang sudah tidak asing di dengar. Bank merupakan tempat dimana masyarakat yang memiliki kelebihan dana, tapi tidak mempunyai tempat yang dirasanya aman serta tidak memiliki waktu yang lebih untuk menyimpan uang. Namun persepsi masyarakat saat ini untuk menyimpan uangnya di bank tidaklah besar mengingat mereka merasa lebih aman untuk menyimpan uangnya sendiri dari pada menyimpan di bank. Serta dari pengalaman yang telah mereka dapatkan sebelumnya mengenai menggunakan jasa bank khususnya Bank Syari'ah. Permasalahan yang hampir semua lembaga keuangan khususnya bank memiliki nasabah yang kurang. Untuk itu perlu diteliti apakah faktor-faktor penyebab nasabah Bank Syari'ah sedikit dan sulit

⁸ *Ibid*, h. 1484

⁹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syari'ah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 30.

berkembangan yang masyarakatnya termasuk tinggal di daerah yang akan berkembang terhadap keputusan mereka untuk menjadi calon nasabah di suatu bank baik dalam hal menjadi nasabah maupun menjadi pengguna jasa perbankan.

2. Secara Subjektif

- a. Penelitian ini sesuai dan berkaitan dengan program studi yang penulis ambil yaitu perbankan syariah
- b. Penelitian ini didukung oleh literatur yang memadai baik yang tersedia di perpustakaan atau dari sumber lainnya seperti jurnal, artikel, dan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.3 Latar Belakang

Berdasarkan pembicaraan sehari-hari, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (*kredit*) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.

Menurut Undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan *BANK adalah "badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan*

atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”¹⁰

Perkembangan perbankan yang sangat melesat membuat bank bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar calon nasabah tertarik untuk melakukan transaksi. Persaingan yang sehat antara bank satu dengan bank lain sangat diperlukan sebagai pendorong kredibilitas serta kepercayaan dimata nasabah dan calon nasabah. Situasi ini tidaklah mudah seperti yang dibayangkan mengingat indonesia pernah mengalami krisis moneter pada tahun 1997 dan 1998 yang menyebabkan banyak bank yang mengalami devisa dan menyebabkan banyak bank akhirnya tutup dan menyebabkan kerugian. Kondisi tersebut menyebabkan kepercayaan serta minat melakukan transaksi di bank menjadi menurun. Masyarakat menjadi enggan untuk melakukan transaksi di bank karena merasa tidak aman dalam melakukan transaksi di bank.

Seiring berjalannya waktu kepercayaan masyarakat akan melakukan transaksi mulai kembali dan masyarakat kembali berbondong-bondong melakukan transaksi di bank. Kesempatan ini diikuti dengan munculnya bank syariah di Indonesia untuk pertama kali yang menawarkan produk dan

¹⁰ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), h.23.

transaksi di dalamnya berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan pedoman yaitu Al Qur'an dan Hadis.

Di Indonesia kehadiran bank yang berdasarkan syariah relatif baru, yaitu pada awal 1990-an, meskipun masyarakat Indonesia merupakan masyarakat Muslim terbesar di dunia. Prakarsa untuk mendirikan Bank Syari'ah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada 18-20 Agustus 1990. Namun, diskusi tentang Bank Syari'ah sebagai basis ekonomi Islam sudah mulai dilakukan pada awal 1980. Bank Syari'ah pertama di Indonesia merupakan hasil kerja tim perbankan MUI, yaitu dengan dibentuknya PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditandatangani pada 1 November 1991. Bank ini ternyata berkembang cukup pesat sehingga saat ini Bank Muamalat Indonesia sudah memiliki puluhan cabang yang tersebar di beberapa kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Makassar, dan kota lainnya.¹¹

Perbankan syariah sebagai lembaga keuangan berbasis syariah, dengan landasan hukum islam yang bertolak dari unsur riba ditimbang akan melahirkan keseimbangan system ekonomi karena dihilangkannya antara lain unsur gharar (spekulasi dan ketidakpastian). Hal ini dapat dilihat pada tahun 1997 dan 1998 sewaktu Indonesia sedang mengalami krisis moneter. Para banker melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia, yaitu Bank Syari'ah

¹¹ Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Bank dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 214.

pertama di Indonesia, yang berdiri sejak tahun 1992 ini tidak terlalu terkena dampak dari krisis yang melanda Indonesia. Selanjutnya kesuksesan perbankan syariah pun semakin terlihat setelah bermunculan bank-bank berbasis Syariah lain seperti Bank Syariah Mandiri yang juga mampu bertahan disaat krisis ekonomi melanda Indonesia. Keberhasilan ini merupakan hasil dari pengaplikasian prinsip dan system yang berdasarkan al-Qur'an dan al-Sunnah sebagai pedoman dalam pengoperasiannya.¹²

Keberadaan bank di satu daerah akan memberikan dampak positif membantu memajukan perkembangan ekonomi suatu daerah. Apabila keberadaan bank secara merata ada di setiap daerah dan terintegrasi dengan baik, maka akan mempunyai dampak pada perkembangan positif ekonomi suatu negara.¹³

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut Bank Tanpa Bunga adalah lembaga keuangan/ perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi Saw. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa

¹² *Ibid.*

¹³ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2011), h.2.

lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiaannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.¹⁴

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

*Artinya: Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya. QS. Al-Isra ayat 27,*¹⁵

Berdasarkan surah AL-Baqarah telah dijelaskan bahwa orang-orang yang pemboros adalah perbuatan setan untuk itu dijelaskan pada surah ini sebagai seorang manusia hendaknya berperilaku hemat, atau dapat diartikan bahwa kita di anjurkan untuk menyisihkan uang atau menabung agar kita bukan termasuk orang-orang pemboros yang merupakan saudara setan. Serta agar kita tidak kufur akan nikmat-Nya.

Konsumen pada perbankan yang lebih dikenal dengan nasabah tentunya menggunakan banyak kriteria dalam memilih bank mereka. Tiga faktor utama dalam pengambilan keputusan konsumen akan mempengaruhi nasabah dalam pemilihan bank sehingga mereka menjadi pelanggan bank tersebut.¹⁶ Karena pada umumnya perilaku konsumen akan suatu produk mementingkan berbagai aspek untuk menjadi pertimbangan dalam memilih produk tersebut.

¹⁴ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syari'ah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015) h 2.

¹⁵ Alqur'an Terjemah, (Bandung: Syaamil Quran), h. 284

¹⁶ Himyar Pasrizal, "Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial, dan Budaya Pengusaha terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syari'ah Mandiri di Sumatera Barat", *Jurnal Alpikasi Manajemen Vol. 10* (STAIN Batusangkar: 2012), h. 212.

Salah satu faktor yang menjadi pertimbangan seorang nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Syari'ah adalah kelas sosial. Dimana kelas sosial dianggap sebagai faktor dari dalam diri, pada dasarnya kelas sosial menentukan akan posisi masyarakat di suatu lingkungan tempat dimana tinggal. Karena kelas sosial terbagi berdasarkan tingkat pendidikan, ras atau kasta, serta pendapatan. Biasanya yang terjadi dimasyarakat semakin besar penghasilan seseorang maka masyarakat lain akan menganggap kelas orang tersebut semakin tinggi.

Faktor lain yang menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan untuk menjadi seorang nasabah adalah jaminan rasa aman, dimana jaminan rasa aman adalah keyakinan atau kepercayaan akan rasa keamanan untuk menyimpan uang di suatu bank. Jaminan rasa aman akan membuat rasa nyaman pada nasabah dalam hal penyimpanan harta benda yang dimilikinya.

Disisi lain lokasi merupakan sarana yang dijadikan pertimbangan untuk melakukan transaksi di suatu bank. Dengan lokasi yang dekat maka akan semakin mempermudah nasabah atau calon nasabah untuk menuju bank tersebut. Lokasi juga menentukan pendapatan suatu bank karena jika lokasinya strategis maka akan semakin mudah untuk bank mendapatkan nasabah maupun calon nasabah untuk melakukan transaksi di bank.

Menurut Kotler dan Amstrong, keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang yang ditawarkan.¹⁷ Dengan demikian keputusan memilih Bank Syariah untuk melakukan transaksi di Bank Syariah bagi masyarakat sesuai dengan apa yang mereka inginkan, dan mereka harapkan.

Pembelian terhadap suatu produk atau jasa sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen, untuk itu dalam melakukan penjualan perlu diperhatikan hal tersebut. Keputusan pembelian adalah tindakan dimana konsumen atau masyarakat dalam usaha memenuhi keinginan serta kebutuhannya yang merupakan proses penentuan sikap atau pembelian terhadap barang dan jasa. Keputusan pembelian yang dimaksud adalah keputusan masyarakat yang akan menjadi nasabah Bank Syariah.

Minat adalah kondisi ketertarikan sesuatu setelah melihat sesuatu yang berdampak untuk membeli sesuatu tersebut. Agar dapat menarik nasabah dan calon nasabah tentunya sebuah bank produk tersebut dapat diterima masyarakat, dan perlu meningkatkan kualitas baik dari segi pelayanan maupun fasilitas.

¹⁷ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* jilid I (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2001), h. 226

Desa Bandar jaya merupakan wilayah dengan jumlah penduduk yang kian hari bertambah jumlahnya, letak desa ini yang berada pada jalur lintas sumatera menjadi nilai tambah untuk kemajuan desa ini. Tanpa disadari wilayah desa ini menjadi jalur utama sebagai jalur lintas sumatera jadi tidak mengherankan jika Bandar jaya menjadi jantungnya wilayah Lampung Tengah. Kemajuan desa ini kian hari kian terasa mulai dari sektor perdagangan, transportasi, bahkan dari sektor jasa, semuanya mengalami perkembangan yang sangat pesat. Alasan inilah yang menjadikan banyak para pembisnis banyak yang berlomba-lomba untuk membuat usaha berbagai bidang di wilayah ini. Akses yang mudah di desa ini menjadikan pilihan utama para pelancong dari berbagai arah untuk singgah dan berbisnis di wilayah ini. Di bandar jaya ini banyak sekali usaha yang didirikan mulai dari makanan, tempat pembelanjaan bahkan jasa perbankan yang sudah banyak ditemui di desa ini.

**TABEL 1.1 JUMLAH PENDUDUK DESA BANDAR JAYA TIMUR
BERDASARKAN GENDER**

NO	INDIKATOR	INDIKATOR
		TAHUN 2014
1.	Jumlah Penduduk	13.369 orang
2.	Jumlah Laki-laki	6.616 orang
3.	Jumlah Perempuan	6.753 orang
4.	Jumlah Kepala Keluarga	2.611 orang

Sumber: Data Monografi Desa¹⁸

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa wilayah desa bandar jaya timur memiliki jumlah penduduk yang terhitung banyak lebih dari 10.000 penduduk yang terbagi dari 2 jenis gender. Serta jumlah kepala keluarga yang dimiliki desa bandar jaya timur sudah mencapai angka 2.000 lebih kepala peduduk, hal ini membuktikan bahwa desa bandar jaya merupakan salah satu desa dengan banyak penduduknya.

Desa bandar jaya juga desa yang terbilang cukup baik dari segi ekonomi dan pendapatan warganya jika dibandingkan dengan desa-desa yang berada dikawasan kecamatan terbanggi besar. Serta letaknya yang berada pada jalur lintas sumatra yang menjadikan di desa ini banyak pilih untuk menjadi lokasi bermuncunya bank baik itu bank konvensional maupun bank syariah. Namun dengan kelebihan dari segi ekonomi yang dimiliki masyarkat desa bandar jaya tidak menjadikan masyarakatnya sendiri untuk menjadi bagian dalam menggunakan jasa yang telah disediakan oleh bank syariah itu sendiri.

Cara pandang yang dimiliki masyarakat desa bandar jaya akan adanya bank syariah terbilang salah, mereka beranggapan bahwa menabung atau melakukan transaksi di bank syariah hanya untuk masyarakat yang dapat dikatakan berada pada kelas menengah keatas mengingat di desa ini tidak

¹⁸ Sumber dari bapak Soedega pada 30 Januari 2018

semua penduduknya menyenangi pendidikan hingga perguruan tinggi. Dan rasa khawatir dan takut akan uang yang disimpan di bank syariah menjadikan mereka berfikir ulang melakukan transaksi di bank syariah, karena sebagian dari masyarakat lebih merasa aman dan percaya kepada bank konvensional yang telah dahulu ada dibandingkan bank syariah. Serta lokasi keberadaan bank syariah yang terbilang tersebar di bandar jaya tidak menjadikan mereka untuk melakukan transaksi di bank syariah.

Fenomena ini sangat menarik perhatian untuk dikaji lebih mendalam dalam sebuah penelitian untuk mengetahui apakah kelas sosial, jaminan rasa aman, dan lokasi dapat berpengaruh terhadap minat transaksi di bank syariah

Berdasarkan hasil observasi dan hasil penelitian sebelumnya bahwa perbankan syariah yang berdasarkan nilai-nilai agama belum sepenuhnya dijadikan responden dalam memilih Bank Syari'ah sebagai lembaga yang dipercaya untuk melakukan transaksi. Dan dari beberapa responden sebagai nasabah dan calon nasabah dapat diambil kesimpulan bahwa tidak menggunakan jasa Bank Syari'ah bukan hanya nilai-nilai agama, namun mereka juga lebih mengutamakan dari segi keuntungan (profit), kemudahan dan faktor lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas, maka dalam studi ini disusun judul skripsi **“Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, Dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi di Bank Syari'ah (Studi Pada**

Masyarakat Desa Bandar jaya Timur Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)” yang beralamatkan di Jalan KH. Ahmad Dahlan, Desa Bandar Jaya Timur, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kelas sosial berpengaruh terhadap minat transaksi masyarakat?
2. Apakah jaminan rasa aman berpengaruh terhadap minat transaksi masyarakat ?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat transaksi masyarakat ?
4. Apakah kelas sosial, jaminan rasa aman, dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat transaksi masyarakat ?

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam karya tulis ini tidak melebar jauh maka perlu adanya batasan masalah dalam pembahasan ini berupa:

1. Faktor budaya yang akan menjadi titik fokus pembahasan ini yang mengacu pada faktor eksternalnya yaitu kelas sosial
2. Variabel yang menjadi titik fokus pembahasan mengenai kelas sosial hanya sebatas pada bagian variabel ekonomi saja

3. Variabel dalam model AIDDA yang digunakan untuk mengukur minat transaksi hanya sebatas *Attention*, *Interst*, dan *Desire* sisanya tidak digunakan dalam penelitian ini

1.6 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian untuk mengetahui serta menganalisa

1. Adakah pengaruh yang di timbulkan dari kelas sosial terhadap minat untuk transaksi serta menjadi calon nasabah bagi masyarakat desa Bandar jaya Timur
2. Adakah pengaruh yang di timbulkan dari jaminan rasa aman terhadap minat untuk transaksi serta menjadi calon nasabah bagi masyarakat desa Bandar jaya Timur
3. Adakah pengaruh yang di timbulkan dari lokasi terhadap minat untuk transaksi serta menjadi calon nasabah bagi masyarakat desa Bandar jaya Timur
4. Serta adakan pengaruh yang ditimbulkan secara bersama-sama dari kelas sosial, jaminan rasa aman, dan lokasi terhadap minat untuk transaksi serta menjadi calon nasabah bagi masyarakat desa Bandar jaya Timur

Manfaat atau kegunaan yang bisa diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis

- a. Untuk menambah pengetahuan penulis terkait dengan faktor-faktor apa saja yang menjadi minat masyarakat dalam menjadi calon nasabah
- b. Menjelaskan pengaruh kelas sosial, jaminan rasa aman serta lokasi terhadap minat untuk menjadi calon nasabah serta minta untuk melakukan transaksi menggunakan jasa perbankan syariah
- c. Memberikan solusi pada masyarakat akan ketakutan yang dialami dalam hal kepercayaan akan keamanan uang yang disimpan dalam bank

2. Secara praktis

- a. Bagi UIN Lampung diharapkan dapat menambah wawasan dalam faktor-faktor menjadi nasabah sebagai sumber referensi bacaan di perpustakaan.
- b. Bagi calon nasabah atau masyarakat desa badar jaya untuk dapat menghilangkan keraguan terhadap bank sebagai lembaga tempat penyimpanan uang.
- c. Bagi peneliti, dapat memberikan pengetahuan, wawasan, dan pengalaman baru dalam penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku konsumen

2.1.1 Pengertian perilaku konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. *The American Marketing Association* mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut: perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.¹⁹

Dari definisi tersebut di atas terdapat tiga ide penting, yaitu: perilaku konsumen adalah dinamis, hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar, hal tersebut melibatkan pertukaran.

2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

¹⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku konsumen (perspektif kontemporer pada Motif, tujuan, dan keinginan konsumen)* edisi revisi ke 5, (Jakarta: PT Kencana Putra Utama, 2013), h. 2

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Philip Kotler terdapat empat faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.²⁰

a. Faktor Budaya

1) Budaya

Dampak budaya terhadap perilaku konsumen bersifat alami dan otomatis. Sebagai contoh, budaya menentukan standar dan aturan untuk menentukan kapan dan dimana seseorang akan makan dan apa menu yang tepat disajikan pada pagi, siang, ataupun malam hari. Budaya merupakan penentu keinginan yang paling mendasar.

2) Sub Budaya

Sub budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Hal-hal seperti ini akan mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan.

3) Kelas Sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai sebuah stratifikasi sosial atau divisi yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, tersusun secara hierarki dan mempunyai anggota yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Dalam kelompok

²⁰ Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2007), h.153.

sosial seseorang akan digolongkan dalam kelompok yang sama apabila mereka memiliki posisi ekonomi yang sama dalam sebuah pasar.²¹

b. Faktor Sosial

Faktor kedua yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor sosial, yang terdiri dari.

1) Kelompok Acuan

Sikap dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok-kelompok kecil. Hal ini terkait dengan siapa seseorang bergaul ataupun berinteraksi dalam kehidupan sehari-harinya.

2) Keluarga

Keluarga memberikan pengaruh yang besar dalam perilaku pembelian. Para pelaku pasar telah memeriksa peran dan pengaruh suami, istri, dan anak dalam pembelian produk dan servis yang berbeda.

3) Peran dan Status

Setiap orang memiliki sifat sosial dimana mereka akan berpartisipasi dalam banyak kelompok seperti komunitas ataupun organisasi.

c. Faktor Pribadi

²¹ *Ibid*, h.200.

Keputusan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang dimilikinya, antara lain.

1) Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi

Pekerja atau karyawan kantor akan membeli kemeja, celana, sepatu kerja dan kotak makan. Petani akan membeli topi capil, cangkul, sabit, dan bibit tanaman. Pilihan produk yang akan dibeli seseorang akan dipengaruhi oleh pekerjaan dan keadaan ekonomi yang dimilikinya, seperti jumlah penghasilan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan asset yang dimilikinya, hutang, kekuatan pinjaman, dan sikap terhadap pengeluaran dan tabungan.

2) Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, minat dan opini yang lebih dari sekedar kelas sosial dan kepribadian seseorang, gaya hidup menampilkan pola bereaksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan di dunia.

3) Kepribadian dan Konsep Diri Pembeli

Kepribadian dan konsep diri seseorang jelas akan mempengaruhi tingkah lakunya dalam melakukan pembelian.

d. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi empat faktor psikologi utama, antara lain.

1) Motivasi

Motivasi merupakan konsep yang digunakan ketika dalam diri kita muncul keinginan dan menggerakkan serta mengarahkan tingkah laku.

2) Persepsi

Persepsi adalah hasil pemaknaan seseorang terhadap rangsangan, stimulus, ataupun kejadian yang diterimanya berdasarkan informasi dan pengalamannya terhadap rangsangan tersebut.

3) Pembelajaran

Pembelajaran adalah suatu proses, yang selalu berkembang dan berubah sebagai hasil dari informasi terbaru yang diterima atau dari pengalaman sesungguhnya.

4) Keyakinan dan Sikap

Melalui bertindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Keyakinan dapat diartikan sebagai gambaran pemikiran seseorang tentang gambaran sesuatu.

2.2 Minat transaksi

2.2.1 Pengertian minat

Minat adalah suatu prangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.²²

Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berfikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut.²³

Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi penilaian dan menentukan sesudah memilih serta mengambil keputusan. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu.²⁴

2.2.2 Faktor-fakto yang mempengaruhi timbulnya minat

²² Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional), h. 62.

²³ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi, 2007), h.116

²⁴ Pradhita saraswati, "*Pengaruh E-Commerce: Pengaruh, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko*" (Program S1 Jurusan Akuntansi Fakultas ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang, 2013), h.43.

Cukup banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu :

- 1) Bersumber dari diri individu yang bersangkutan (misal : bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian)
- 2) Bersumber dari luar diri individu yang bersangkutan (misal : lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat)

Crow and Crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu :

- 1) Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan dorongan minat untuk bekerja dan mencari penghasilan.
- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misal, minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan cukup luas mendapat kedudukan yang tinggi dan terpandang dalam masyarakat.
- 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut

akan mempengaruhi minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

Karena kepribadian manusia itu bersifat kompleks, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut, akhirnya menjadi sulit bagi kita untuk menentukan faktor manakah yang menjadi awal penyebab timbulnya suatu minat.²⁵

2.2.3 Indikator pengukur minat dengan Model AIDDA

Dalam mengukur minat transaksi indikator yang digunakan dalam karya ilmiah ini menggunakan Model AIDDA.

Model minat transaksi melalui proses AIDDA dalam menarik minat bertransaksi masyarakat di Bank Syari'ah agar menggunakan jasa di bank melalui beberapa tahapan mulai dari proses perhatian, ketertarikan, hingga minat dalam bertransaksi di Bank Syari'ah.

AIDDA adalah singkatan sederhana yang telah dibuat lama sebagai pengingat dari empat tahapan proses penjualan, AIDDA singkatan dari *Attention, Interest, Desire, Decision, Action* ini merupakan model yang cukup sederhana dan dapat digunakan sebagai

²⁵ Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 263-265.

pedoman. Dalam komunikasi pemasaran perlu dirumuskan tujuan yang ingin dicapai dari proses komunikasi pemasaran yang akan dilakukan. AIDDA merupakan sebuah konsep yang dimana dalam sebuah pemasaran sangatlah memegang peranan penting.²⁶ Teori AIDDA sering disebut *AA-Procedure*, yang dimaksudnya agar terjadi *action* pada komunikan, terlebih dahulu harus dibangkitkan *attention*.²⁷

2.2.3.1 Tahap Menaruh Perhatian (*Attention*)

Dalam *attention* ini seorang pemasar haruslah mampu membuat sebuah media informasi agar mengandung daya tarik bagi konsumen. Membuat suatu pernyataan yang mengungkap perhatian orang, membuat kata atau gambar yang *powerful* yang bisa menarik perhatian hingga orang berhenti dan memperhatikan isi pesan berikutnya.²⁸

Attention dapat juga berarti tahapan dimana kita harus bisa membuat para konsumen sadar akan keberadaan produk

²⁶ Abdul Rofiq, Zainul Arifin & Wilopo, “ Pengaruh Penerapan Aida (*Attention, Interest, Desire, Action*) Terhadap Keputusan Pembelian” (Palembang: Universitas Sriwijaya), h.2.

²⁷ Juliana, “Identifikasi Motif Penggunaan Smartphone Di Kalangan Siswa SMK TI Airlangga Samarinda”, *Ejournal ilmu komunikasi*, Volume 3, Nomor 2, (Universitas Mulawarman, 2015), h. 324.

²⁸ Rofiq. Abdul, Zainul Arifin & Wilopo, *Op.Cit.* h. 233.

kita. Baik promosi menggunakan iklan cetak, radio, televisi, atau jaringan personal lainnya.²⁹

Selain ini *Attention* dapat bermakna memberikan perhatian khusus kepada segmen target pasar kita. Sehingga menjadi menarik untuk mereka membaca apa yang kita tawarkan dan sesuai dengan target pasar yang kita inginkan.³⁰

Kotler & Amstrong mengemukakan bahwasanya daya tarik(*attention*) haruslah mempunyai tiga sifat: (1) Harus bermakna (*meaningful*), menunjukkan manfaat-manfaat yang membuat produk lebih diinginkan atau lebih menarik bagi konsumen, (2) Pesan harus dapat dipercaya (*believable*), konsumen percaya bahwa produk tersebut akan memberikan manfaat seperti yang dijanjikan dalam pesan, (3) *Distinctive*, bahwa pesan iklan lebih baik dibanding iklan merek pesaing.³¹

2.2.3.2 Tahap Ketertarikan (*Interest*)

²⁹<https://ayukemana.wordpress.com/2012/12/14/aida-attention-interest-desire-action/>, diakses pada 30 Mei 2018, pukul 11.42.

³⁰<http://teesasisuseso.blogspot/2012/11/konsep-aida.html>, diakses pada 30 Mei 2018, pukul 11.47

³¹ Rofiq. Abdul, Zainul Arifin & Wilopo, *Op.Cit.* h. 233.

Interest adalah langkah setelah seorang pemasar mampu untuk membuat sebuah media informasi tersebut agar dapat mengandung daya tarik bagi konsumen, seorang pemasar haruslah memikirkan sebuah media informasi agar dapat mengandung minat bagi calon pelanggan atau konsumennya tersebut. Kebanyakan media informasi yang buruk melalaikan dalam melakukan tahapan ini, ditahap inilah sebenarnya target atau konsumen bersedia memberikan waktunya untuk membaca pesan dari pemasar lebih detail. Bangun minat pembaca dengan memberikan janji solusi atas masalah atau harapan mereka.³²

Cara yang baik adalah dengan menjelaskan fitur dan benefit. Jangan hanya memberikan fakta dan fitur saja, dan merasa pembaca akan berpikir sendiri benefit yang akan di dapat, tetapi menjelaskan dengan se jelasnya benefitnya tersebut untuk meningkatkan *interest*. Assael menjelaskan mengenai *Interest* yaitu munculnya minat beli konsumen tertarik terhadap objek yang dikenalkan oleh suatu pemasar.

Interest juga diartikan setelah berhasil meraih perhatian konsumen, harus dilakukan follow up yang baik. Yaitu

³² *Ibid.*

tahapan lebih dalam memberikan informasi produk, membujuk dan mampu memberikan alasan kenapa konsumen harus membeli produk yang kita tawarkan.³³

2.2.3.3 Tahap Keinginan (*Desire*)

Memberikan rasa/hasrat keinginan dari pembaca untuk mengikuti apa yang kita tawarkan. Biasanya memberikan testimoni para pelanggan yang ada. Lalu memberikan lebih detail apa yang ditawarkan dan apa yang akan didapatkan jika mereka membeli produk/jasa dari kita. Lebih memberikan sebuah *emotional benefit* kepada mereka sehingga ada keinginan untuk membeli.³⁴

Pada tahap ini adalah memberikan rasa/hasrat keinginan dari pembaca untuk mengikuti apa yang kita tawarkan. Misalnya dengan memberikan testimoni para pelanggan yang ada. Lalu memberikan lebih detail apa yang ditawarkan dan apa yang akan didapatkan jika mereka membeli produk/jasa yang ditawarkan. Lebih memberikan sebuah emosional benefit kepada mereka sehingga ada keinginan untuk membeli.

³³ *Op.cit.* [https:// ayukemana.](https://ayukemana.)

³⁴ *Op.cit.* <http://teesasisuseso.>

Pada tahap ini adalah tahap untuk membuktikan bahwa kita memberikan solusi yang tepat. Orang bisa tertarik secara emosional tapi kemudian mereka membenarkan dengan logika. Sehingga cara yang efektif ialah dengan memberikan Data Statistik atau Testimoni dari pelanggan atau orang yang terpandang.³⁵

2.2.3.4 Tahap Keputusan (*Decision*)

Kepercayaan untuk melakukan sesuatu hal.³⁶ Dimensi *decision* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perihal yang berkaitan dengan putusan; segala putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, dipikirkan, dan sebagainya); ketetapan; sikap terakhir; (langkah yang harus dijalankan); kesimpulan (tentang pendapat); hasil pemeriksaan (tentang ujian). Penelitian ini menguji bagaimana kebanyakan keputusan yang diambil oleh pemustaka atas promosi yang dilakukan oleh pustakawan sebagai promosi melalui cara *personal selling*.³⁷

2.2.3.5 Tahap Tindakan Untuk Aksi Beli (*Action*)

³⁵ Jessica Christiana Wowor, “Pengaruh Iklan Komersial di Radio Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Bahu Kota Manado”, h. 10.

³⁶ Risa Saraswati, “Strategi Komunikasi Pengembangan Kreasi Wisata Kampung Rajut Binong Jati Sebagai Kampung Kreatif di Kota Bandung”, tesis (Bandung: Universitas Pasundan), h. 12.

³⁷ Ayu Indah Puspita & Diah Sri Rejeki, “Persepsi Pemustaka Terhadap Promosi Melalui Cara Personal Selling di Perpustakaan SMA Taruna Nusantara Magelang”, Jurnal Ilmu Perpustakaan Vol. 2 No. 2 (Universitas Diponego: 2013), h. 2

Pada fase ini, dituntut menyarankan tindakan spesifik yang diinginkan terhadap audiens. Selanjutnya juga perlu diinginkan kembali bagaimana audiens akan memperoleh manfaat dari tindakan yang akan dilakukan tersebut. Yang lebih penting adalah bagaimana membuat suatu tindakan yang dilakukan tersebut mudah dilakukan oleh audiens.³⁸

Dalam tindakan *action* ini yaitu yang salah satu upaya terakhir untuk membujuk calon pembeli agar sesegera mungkin melakukan tindakan pembelian atau bagian dari proses itu juga dengan memilih kata yang tepat agar calon pembeli atau target melakukan respon sesuai dengan yang diharapkan adalah suatu pekerjaan yang sangat sulit. Harus digunakan kata perintah agar calon pembeli bergerak.³⁹

2.3 Kelas Sosial

2.3.1 Pengertian kelas sosial

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan para

³⁸ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, edisi 2 (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 129.

³⁹ Abdul Rofiq, *Op.cit*, Zainul Arifin & Wilopo.

anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.⁴⁰ Sedangkan menurut Irawan dan Farid, kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun dalam urutan jenjang.⁴¹

Kelas sosial adalah faktor sosio-kebudayaan lain yang dapat mempengaruhi pandangan dan tingkahlaku pembeli yang dikelompokkan menjadi tiga golongan yang didasari dengan tingkat pendapatan, macam perumahan, dan lokasi tempat tinggal.⁴²

Ujang Sumarwan, kelas sosial adalah pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda. Perbedaan kelas atau strata akan menggambarkan perbedaan pendidikan, pendapatan, pemilikan harta benda, gaya hidup, nilai-nilai yang dianut. Kelas sosial akan memengaruhi jenis produk, jenis jasa, dan merek yang dikonsumsi konsumen. Kelas sosial juga memengaruhi pemilihan toko, tempat pendidikan, dan tempat berlibur dari seorang konsumen.⁴³

Setiap masyarakat yang telah atau sedang menjalani masa transisi akan menunjukkan pola perkembangan yang di pengaruhi oleh gejala-gejala dan masalah – masalah khusus, berkenaan dengan situasi

⁴⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi XI, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005), h.203.

⁴¹ Farid Irawan & Wijaya, *Pemasaran Prinsip dan Kasus*, Edisi 2, (Yogyakarta: BPFE, 2000), h.42.

⁴² Basu Swastha & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, cet. 7, (Yogyakarta: Penerbit LIBERTY, 2008), h.107.

⁴³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h.219.

geografis, ekonomis, dan politis. Salah satu di antaranya adalah terjadinya pergolakan dan perubahan struktur masyarakat yang menyangkut perubahan kedudukan golongan-golongan sosial yang mempunyai peranan dan kekuasaan dalam menentukan arah dari gerak perubahan tersebut. Dari situasi semacam ini dapat diamati dan dipahami adanya kekuatan-kekuatan sosial yang menciptakan golongan sosial terkemuka (elite), serta kegiatan golongan sosial tersebut dalam menjalankan transformasi masyarakat menjadi bangsa yang modern.⁴⁴

Kelas sosial mengacu kepada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku mereka berdasarkan posisi ekonomi mereka di pasar. Kelompok status mencerminkan suatu harapan komunitas akan gaya hidup di kalangan masing-masing kelas dan juga estimasi sosial yang positif atau negatif mengenai kehormatan yang diberikan kepada masing-masing kelas.⁴⁵

Kelas sosial tidak ditentukan hanya oleh satu faktor, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lain. Dalam beberapa sistem sosial, anggota kelas yang berbeda memegang peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial mereka. Meskipun demikian,

⁴⁴ Moenandar Soelaeman, *Ilmu Sosial Dasar* (Bandung: PT Refika Aditama, 2011), h.148.

⁴⁵ Nugroho J. Setiadi, *Op.Cit*, h. 227

di AS, garis antara kelas sosial tidak tetap atau kaku; orang dapat berpindah ke kelas sosial yang lebih tinggi atau jatuh ke kelas sosial yang lebih rendah.⁴⁶

Pengertian akan perkembangan kelas sosial penting dalam memahami konsumsi karena dua alasan. *Pertama*, konsumen menggunakan gaya hidup yang disyaratkan di dalam kelas orisinal mereka walaupun orang bergerak naik atau turun di dalam struktur kelas. *Kedua*, gaya hidup kelas menengah ke atas cenderung merembes turun dan menjadi diterima secara umum oleh masyarakat selebihnya.

2.3.2 Variabel-variabel dalam kelas sosial

Variabel muncul sebagai yang paling penting di dalam arus sosiologis dan penelitian lain yang berkenaan dengan kelas sosial.⁴⁷

a. Variabel ekonomi

Pekerjaan, pendapatan, dan kekayaan mempunyai kepentingan kritis karena apa yang orang kerjakan untuk nafkah tidak hanya menentukan berapa banyak yang harus di belanjakan oleh

⁴⁶ Philip kotler & garyarm strong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi 12 (Jakarta: PT Gelora Pratama, 2006), h. 163.

⁴⁷ Nugroho J. Setiadi, *Op.Cit*, h. 229.

keluarga, tetapi juga sangat penting dalam menentukan kehormatan yang diberikan kepada anggota keluarga. Kekayaan biasanya hasil dari akumulasi pendapatan masa lalu. Dalam bentuk tertentu seperti pemilikan perusahaan atau saham dan obligasi, kekayaan adalah sumber pendapatan masa depan yang memungkinkan keluarga mempertahankan kelas sosialnya (yang tinggi) generasi demi generasi.

b. Variabel interaksi

Prestise pribadi, asosiasi, dan sosialisasi ialah inti dari kelas sosial. Orang mempunyai prestise tinggi bila orang lain mempunyai sikap respek atau hormat pada mereka

- prestise adalah sentimen di dalam pikiran orang yang mungkin tidak selalu mengetahui bahwa hal itu ada disana.
- Asosiasi adalah variabel yang berkenaan dengan hubungan, sehari-hari. Orang mempunyai hubungan sosial yang erat dengan orang yang suka mengerjakan hal-hal yang sama seperti yang mereka kerjakan, dengan cara yang sama, dan dengan siapa mereka merasa senang
- Sosialisasi adalah proses di mana individu belajar keterampilan, sikap, dan kebiasaan untuk berpartisipasi di dalam kehidupan komunitas bersangkutan.

c. Variabel politik

Kekuasaan, kesadaran kelas, dan mobilitas penting untuk mengerti aspek politik dari sistem stratifikasi.

- Kekuasaan adalah potensi individu atau kelompok untuk menjalankan kehendak mereka atas orang lain. Walaupun merupakan pokok dalam analisis banyak teoretikus kelas sosial, variabe; ini kurang menarik minat langsung pemasar
- Kesadaran kelas mengacu ada tingkat di mana orang di dalam suatu kelas sosial sadar akan diri mereka sebagai kelompok tersendiri dengan kepentingan politik dan ekonomi bersama
- Mobilitas dan suksesi adalah konsep kembar yang berhubungan dengan stabilitas atau instabilitas sistem stratifikasi

2.3.3 Karakteristik tujuh kelas sosial versi Amerika

1. Kelas atas tinggi

Adalah kelas elite sosial yang hidup dari kekayaan warisan dan mempunyai latar belakang keluarga terkenal. Mereka mamberikan sumbangan dalam jumlah besar, memengaruhi lebih dari satu rumah, pesta dan lain-lain.

2. Kelas atas bawah

Mempengaruhi penghasilan tinggi atau kekayaan lewat kemampuan yang luar biasa dalam profesi atau besnis. Mereka

cenderung aktif dalam kegiatan sosial dan sipil, serta membeli sendiri dan anak-anak mereka simbol seperti mobil mahal, dan rumah.

3. Kelas menengah

Tidak memiliki status keluarga maupun kekayaan, mereka terutama memikirkan “karier”. Mereka memperoleh posisi sebagai profesional, manajer perusahaan, dan pengusaha independen. Maka mereka mengandalkan pendidikan, keterampilan profesional, dan administratif.

4. Kelas pekerja

Terdiri dari mereka yang menjadi panutan, berapa pun pendapatan mereka, apa pun latar belakang pendidikannya, atau pun pekerjaannya.

5. Kelas bawah tinggi

Kelas bawah tinggi itu bekeja, walaupun standar kehidupan mereka hanya sedikit di atas garis kemiskinan. Mereka melakukan tugas tidak membutuhkan keterampilan dengan upah yang amat rendah walaupun mereka berusaha untuk pindah ke kelas yang lebih tinggi.

6. Kelas bawah rendah

Kelas bawah rendah hidup tergantung pada tunjangan sosial, kemiskinan tampak nyata dan biasanya mereka menganggur.⁴⁸

2.3.4 Indikator kelas sosial

Simamora, menyatakan kelas sosial tidak ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan tetapi diukur sebagai kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya. Hampir setiap masyarakat memiliki beberapa bentuk struktur kelas sosial.⁴⁹

Tabel 2.1 variabel kelas sosial Gilbert dan Kahl

Variabel ekonomi	Variabel interaksi	Variabel politik
<ul style="list-style-type: none"> - Pekerjaan - Pendapatan - Kekayaan - Pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> - Prestise pribadi - Asosiasi - Sosialisasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Kekuasaan - Kesadaran kelas - Mobilitas

Dari sembilan variabel kelas sosial diatas maka penulis akan mambatasai pembahasan mengenai kelas sosial berdasarkan variabel

⁴⁸ *Ibid*, h. 241.

⁴⁹ Bilson Simamora, *Aura Merek*, (Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi, 2003), h.86.

ekonomi. Indikator kelas sosial menurut Simamora adalah sebagai berikut:

1. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi gaya hidupnya dan merupakan dasar yang penting dalam mendapatkan prestise, kekormatan dan penghargaan.

Jika dapat mengetahui jenis pekerjaan seseorang, maka kita bisa menduga tinggi rendahnya pendidikan, standar hidup, teman bergaul, jam bekerja, dan kebiasaan sehari-harinya. Kita bahkan bisa menduga selera bacaan, selera tempat berlibur, standar moral dan orientasi keagamaannya. Dengan kata lain, setiap jenis pekerjaan merupakan bagian dari cara hidup yang sangat berbeda dengan jenis pekerjaan lainnya. Keseluruhan cara hidup seseoranglah yang pada akhirnya menentukan pada kelas sosial mana orang itu digolongkan. Pekerjaan merupakan salah satu indikator terbaik untuk mengetahui cara hidup seseorang. Oleh karena itu juga pekerjaan merupakan salah satu indikator terbaik untuk mengetahui kelas sosial seseorang.

2. Pendapatan

Uang juga memiliki makna yang lain, misalnya penghasilan seseorang yang diperoleh dari investasi lebih memiliki

prestise dari pada penghasilan yang diperoleh dari tunjangan pengangguran. Penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan profesional lebih berfungsi dari pada penghasilan yang berwujud upah pekerjaan kasar. Sumber dan jenis penghasilan seseorang inilah yang memberi gambaran tentang latar belakang keluarga dan kemungkinan cara hidupnya.⁵⁰

3. Pendidikan

Pendidikan merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap lahirnya kelas sosial dimasyarakat, hal ini disebabkan karena apabila seseorang mendapatkan pendidikan yang tinggi maka memerlukan biaya dan motivasi yang besar, kemudian jenis dan tinggi- rendahnya pendidikan juga mempengaruhi jenjang kelas sosial. Pendidikan juga bukan hanya sekedar memberikan kerampilan kerja, tetapi juga melahirkan perubahan mental, selera, minat, tujuan, etika, cara berbicara hingga perubahan dalam keseluruhan cara hidup seseorang.

4. Kekayaan

Uang diperlukan pada kedudukan kelas sosial atas. Untuk dapat memahami peran uang dalam menentukan kelas sosial, kita harus menyadari bahwa pada dasarnya kelas sosial merupakan suatu cara hidup. Diperlukan banyak sekali uang untuk dapat hidup

⁵⁰ Paul B. Horton , "*Sosiologi*" , Jilid 2, (Jakarta : erlangga, 2007), h. 7-6.

menurut cara hidup orang berkelas sosial atas. Mereka mampu membeli rumah mewah, mobil, pakaian, dan peralatan prabot rumah yang berkelas dan harganya mahal, namun tidak saja hanya berdasarkan materi akan tetapi cara bersikap juga menentukan kelas sosial mereka.

2.4 Jaminan rasa aman

2.4.1 Pengertian jaminan rasa aman

Jaminan (*Assurance*) menurut parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2005) menyatakan bahwa ”karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman kepada pelanggan”. Jadi, dengan adanya kepercayaan yang diberikan terhadap pelanggan dengan rasa aman, maka pelanggan akan merasa puas dengan layanan. Kebutuhan rasa aman merupakan kebutuhan tingkat kedua setelah kebutuhan dasar. Ini merupakan kebutuhan perlindungan keamanan bagi fisik manusia. Seperti manusia membutuhkan perlindungan dari gangguan kriminalitas, sehingga ia bisa tetap hidup dengan rasa aman dan nyaman ketika berada dirumah maupun ketika berpergian. Keamanan secara fisik akan menyebabkan diperolehnya rasa aman secara psikis,

karena konsumen tidak merasa was-was dan khawatir serta terancam jiwanya di manapun dan kapanpun dia berada.⁵¹

Aman mempunyai arti bebas dari ancaman bahaya, gangguan dan terlindungi, dan terhindar dari rasa takut. Sedangkan rasa aman adalah kondisi dimana seseorang bebas dari cedera fisik dan psikologi dan dalam kondisi aman dan tentram bebas dari resiko.

Pandangan islam nasabah adalah hal yang penting bagi perbankan syari'ah, di karenakan jika nasabah mengerti dan paham akan pandangan Islam maka mereka otomatis akan menggunakan Bank Syari'ah dalam menabung di karenakan sistem bagi hasil, di bandingkan dengan menggunakan bank konvensional yang menggunakan sistem bunga.⁵²

Macam-macam resiko yang dipersepsi masyarakat mencakup:

- 1) *Funcional risk* (risiko fungsional), yaitu risiko bila produk tidak dapat memberikan kinerja sebagaimana mestinya. Konsumen

⁵¹ Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran*, (Kudus: Nora, 2008), h. 65.

⁵² Sisca damayanti, Vol.9.No.1, Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa “Pengaruh Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syari'ah Mandiri Cabang X”, (Universitas Trisaksi, Jakarta: 2016), h. 21.

khawatir bahwa suatu produk tidak berfungsi sebagaimana mestinya.

- 2) *Physical risk* (risiko fisik) yaitu kekhawatiran konsumen bahwa suatu produk dapat menyebabkan suatu bahaya fisik tertentu.
- 3) *Financial risk* (risiko finansial) yaitu keragu-raguan konsumen bahwa suatu produk akan memberikan manfaat sebanding dengan banyaknya uang yang dikeluarkan untuk memperolehnya.
- 4) *Social risk* (risiko sosial) yaitu kekhawatiran konsumen bahwa produk yang dikonsumsi akan mendapatkan respon negatif dari orang-orang di sekelilingnya, seperti penghinaan yang menyebabkan perasaan malu.⁵³

2.4.2 Hierarki kebutuhan maslow

Maslow membuat peringkat kebutuhan seseorang dalam lima tingkatan kebutuhan yang lazim disebut Maslow's Hierarchy of needs Theory. Tidak semua orang memiliki kebutuhan tersebut karena kebutuhan dalam teori Maslow diperingkatkan berdasarkan pada jenjang kebutuhan, artinya bahwa ketika seseorang telah mampu memenuhi kebutuhan tahap pertama, maka orang tersebut berusaha untuk memenuhi kebutuhan tingkat kedua, dan demikian pula

⁵³Restika firdayanti, "PersepsiRisiko Melakukan E-commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Memberi Produk Fashion Online", *journal of social and industrial psychology*, vol. 1, (2002), h. 1-7.

selanjutnya. Kebutuhan-kebutuhan tersebut diperingkat berdasarkan pada tingkatan urgensi dan berdasarkan pada status sosial seseorang.⁵⁴

Hierarki kebutuhan mengikuti teori jamak yakni seseorang berperilaku, karena adanya mendorong untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan. Maslow berpendapat bahwa kebutuhan yang diinginkan seseorang tersebut berjenjang. Artinya, jika kebutuhan yang pertama telah terpenuhi, kebutuhan tingkat terpenuhi akan muncul menjadi yang utama. Selanjutnya jika kebutuhan tingkat kedua telah terpenuhi, muncul kebutuhan tingkat ketiga dan seterusnya sampai tingkat kebutuhan yang kelima.⁵⁵

Dasar teori kebutuhan Maslow :

- Manusia adalah makhluk sosial yang berkeinginan. Ia selalu menginginkan lebih banyak. Keinginan itu terus-menerus dan hanya akan berhenti bila akhir hayatnya tiba.
- Suatu kebutuhan yang telah dipuaskan tidak menjadi alat motivator bagi pelakunya, hanya kebutuhan yang belum terpenuhi yang akan menjadi motivator.
- Kebutuhan manusia tersusun dalam suatu jenjang,

⁵⁴ Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japariato, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol.2 No. 1, "Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya", (Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2014), h. 2.

⁵⁵ Sisca Damayanti, *Op.cit*, h. 39.

Inti teori Maslow ialah bahwa kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hierarki. Tingkat kebutuhan yang paling rendah adalah kebutuhan fisiologis dan tingkat yang tertinggi ialah kebutuhan akan perwujudan diri (*self-actualization needs*).

2.4.3 Faktor yang dapat membuat seseorang merasa aman

- 1) Faktor lingkungan berperan sangat besar dimana tiap individu sepanjang hidupnya berinteraksi dengan orang lain dan juga dipengaruhi adat istiadat, kebiasaan, dan peran-perannya didalam masyarakat.
- 2) Faktor hubungan individu dengan orang lain sebagai makhluk sosial manusia dalam kesehariannya dihadapkan pada membina hubungan hingga akhir hidupnya dimana hubungan individu dengan orang lain akan dapat memberikan dampak terhadap kebutuhan psikologi baik secara positif maupun negatif.

2.4.4 Indikator jaminan rasa aman

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨٦﴾ وَزِنُوا بِالْقِسَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٧﴾

Artinya: *Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.*⁵⁶

Menurut Parasuraman (1985), Jaminan (*assurance*) meliputi pengetahuan, kemampuan ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontrak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.⁵⁷ dimensi pembentuk jaminan rasa aman adalah:

- 1) Kompetensi (*competence*),
- 2) Kesopanan (*courtesy*),
- 3) Kredibilitas (*credibility*),
- 4) Keamanan (*security*).⁵⁸

2.5 Lokasi

2.5.1 Pengertian lokasi

⁵⁶ *Op.cit*, Al- qur'an terjemah

⁵⁷ Farida jasfar, *Manajemen Jasa*, (Ghalia Indonesia, 2009), h. 51.

⁵⁸ *Op.cit*, Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japriyanto, h. 2.

Yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat di mana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).⁵⁹

Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Di samping lokasi yang strategis, hal lain juga yang juga mendukung lokasi tersebut adalah layout yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya lokasi dan layout merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.

Pengertian dunia usaha lokasi adalah suatu tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan fisik.⁶⁰ Menurut Lupiyoadi mendefinisikan lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. menurut Kotler salah satu kunci sukses adalah lokasi. Lokasi

⁵⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2004), h.164.

⁶⁰ I putu wira murti & i wayan santika, "Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Bauran Produk, dan Bauran Lokasi Terhadap Transaksi Nasabah", *Jurnal Manajemen* Vol.5, No. 1,(UNUD ,Bali :2016), h.742.

dimulai dengan memilih komunitas, keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya.⁶¹

Kedudukan perusahaan dapat berbeda dengan lokasi perusahaan, karena kedudukan perusahaan adalah kantor pusat dari kegiatan fisik perusahaan. Sedangkan lokasi perusahaan lebih merupakan tempat dimana segala aktivitas fisik dari perusahaan itu di jalankan sesuatu dengan tujuan perusahaan tersebut. Dalam penentuan lokasi dari suatu perusahaan beberapa hal yang harus di perhatikan antara lain meliputi kedekatan dengan sumber bahan mentah, kedekatan atau jarak terdekat yang dapat di tempuh oleh pasar atau konsumen, ketersediaan tenaga kerja, ketersediaan pengangkutan atau sarana transportasi, dan terakhir ketersediaan energi.

Pengertian dunia usaha lokasi adalah suatu tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan fisik. Kedudukan perusahaan dapat berbeda dengan lokasi perusahaan, karena kedudukan perusahaan adalah kantor pusat dari kegiatan fisik perusahaan. sedangkan lokasi perusahaan lebih merupakan tempat dimana segala aktivitas fisik dari perusahaan itu dijalankan sesuatu dengan tujuan perusahaan tersebut.

⁶¹ Rizqa Ramadhaning Tyas & Ari Setiawan, vol.3, no.2, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas terhadap keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang" (STAIN Salatiga: 2012), h. 285.

Dalam penentuan lokasi dari suatu perusahaan beberapa hal yang harus di perhatikan antara lain meliputi kedekatan dengan sumber bahan mentah, kedekatan atau jarak terdekat yang dapat ditempuh oleh pasar atau konsumen, ketersediaan tenaga kerja, ketersediaan pengangkutan atau sarana transportasi, dan terakhir ketersediaan energi.⁶²

Hubungan lokasi terhadap keputusan pembelian menurut Ma'ruf menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dimana lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama.

Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

- Konsumen mendatangi pemberian jasa (perusahaan): apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah di jangkau, dengan kata lain harus strategis.
- Pemberi jasa mendatangi konsumen: dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas

⁶² I putu wira murti & i wayan santika, *Opcit*, h.742.

- Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung: berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak terlaksana dengan baik.

2.5.2 Pertimbangan penentuan lokasi

Penentuan lokasi bank tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor. hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Dekat dengan kawasan industri atau pabrik
2. Dekat dengan perkantoran
3. Dekat dengan pasar
4. Dekat dengan perumahan atau masyarakat
5. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.

Dalam memilih lokasi tergantung dari keperluan lokasi tersebut. Terdapat paling tidak enam lokasi yang dipertimbangkan sesuai keperluan perusahaan, yaitu:

1. Lokasi untuk Kantor Pusat
2. Lokasi untuk Kantor Wilayah
3. Lokasi untuk Kantor Cabang Pembantu

4. Kantor Kas
5. Mesin-mesin ATM

Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut:

1. Jenis usaha yang dijalankan
2. Dekat dengan Pasar
3. Dekat dengan Bahan Baku
4. Dekat Tenaga Kerja
5. Tersedia Sarana dan Prasarana (transportasi, listrik, dan air)
6. Dekat Pemerintah
7. Dekat Lembaga Keuangan
8. Di Kawasan Industri
9. Kemudahan untuk Ekspansi
10. Adat istiadat/budaya/sikap masyarakat
11. Hukum yang berlaku⁶³

2.5.3 Indikator lokasi

Dalam mendirikan perusahaan, pemilihan lokasi sangat di pertimbangkan. Karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing

⁶³ *Ibid*, h.167

yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan. Menurut Tjiptono mengatakan bahwa pemilihan lokasi harus digunakan untuk memilih lokasi oleh sebuah perusahaan⁶⁴:

1) Akses

Lokasi yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum

2) Visibilitas

Misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan

3) Lingkungan

Dimana ada hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu: banyaknya orang lalu lalang bisa menjadi peluang dan dekat dengan pasar

4) Tempat parkir yang luas

Tempat parkir yang luas akan menjadi nilai tambah bagi bank

5) Persaingan

Persaingan yang ada sehat abtar bank disekitar

6) Lalu lintas (*traffic*)

Dimana ada hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu: banyaknya orang yang lalu lalang yang menyebabkan kemacetan

2.6 Jasa-jasa yang mendukung kegiatan Transaksi di Perbankan

2.6.1 Kegiatan pokok di bank

a. Penyaluran Dana

⁶⁴ Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: 2007), h.92.

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang di bedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

1) Pembiayaan dengan *prinsip jual beli*

Prinsip jual beli di laksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*).

Transaksi jual beli dapat di bedakan berdasarkan *bentuk pembayarannya* dan *waktu penyerahan* barangnya, yakni sebagai berikut:

a) Pembiayaan *Murabahah*

Murabahah (al-bai' bi tsman ajil) lebih di kenal sebagai *murabahah* saja. *Murabahah*, yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli di mana bank menyebutkan jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok di tambah keuntungan (*margin*).⁶⁵

b) Pembiayaan *Salam*

⁶⁵ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, edisi IV, cet. Ke 7 (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), h. 98.

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang di perjual belikan belum ada. Oleh karena itu, barang di serahkan secara tangguh sementara nasabah sebagai penjual.

c) Pembiayaan *Istishna'*

Produk *Istishna'* menyerupai produk *salam*, tapi dalam *Istishna'* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran. skim *Istishna'* dalam Bank Syari'ah umumnya di aplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan kontruksi.

2) Pembiayaan dengan *prinsip sewa*

Transaksi *Ijarah* di landasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

Pada akhirnya masa sewa, bank dapat saja menjual barang yang di sewakannya kepada nasabah. Karena itu dalam perbankan syariah di kenal *ijarah muntahhiyah bit tamlik* (sewa yang di ikuti dengan berpindahnya kepemilikan). Harga sewa dan harga jual di sepakati pada awal perjanjian.

3) Pembiayaan dengan *prinsip bagi hasil (syirkah)*

Produk pembiayaan syariah yang di dasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut.

a) Pembiayaan Musyarakah

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah *musyarakah* (*syirkah* atau *syarikah*). Transaksi *musyarakah* di landasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

b) Pembiayaan Mudharabah

Secara spesifik terdapat bentuk *musyarakah* yang populer dalam produk perbankan syariah yaitu *mudharabah*. *Mudharabah* adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (*shahibal-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama kontribusi 100% modal kas dari *shahibal-maal* dan keahlian dari *mudharib*.

4) Pembiayaan dengan *akad pelengkap*

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditunjukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan.

a) Hilawah (Alih Utang Piutang)

Tujuan fasilitas *hilawah* adalah untuk membantu *supplier* mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang.

b) Rahn (Gadai)

Tujuan akad *rahn* adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَصَابَكُمْ بَعْضُهَا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتُمِنَ أَمْنَتَهُ ۚ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۚ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۚ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝٢٨٩﴾

Artinya: Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah dia bertaqwa Allah tuhananya. Dan janganlah kamu

*menyembunyikannya, sungguh hatinya kotor. Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*⁶⁶

c) *Qardh*

Qardh adalah pinjaman uang. Aplikasi *qardh* dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu:

- 1) Sebagai pinjaman talangan haji
- 2) Sebagai pinjaman tunai (*cash advanced*)
- 3) Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil
- 4) Sebagai pinjaman kepada pengurus bank

d) *Wakalah* (Perwakilan)

Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L/C, inkaso dan tranfer uang.

وَعَنْ سُلَيْمَانَ بْنِ يَسَارٍ، أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَعَثَ أَبَا رَافِعٍ
مَوْلَهُ وَرَجُلًا مِنَ الْأَنْصَارِ، فَرَوَّجَاهُ مَيْمُونَةَ بِنْتَ الْحَارِثِ، وَهُوَ
بِالْمَدِينَةِ قَبْلَ أَنْ يَخْرُجَ

Artinya: Dan dari Sulaiman bin Yasar: Bahwa Nabi saw, mengutus Abu Rafi', hamba yang pernah dimerdekakannya dan seorang laki-laki Anshar, lalu kedua orang itu menikahkan Nabi dengan Maimunah binti Harits dan pada saat itu (nabi saw) di Madinah sebelum

⁶⁶ Al Qur'an terjemah, *Op.cit*

keluar (ke mieqat Dzil Khulafah). (HR Maliki dalam Muwaththa')⁶⁷

b. Produk Penghimpun Dana

Penghimpunan dana di Bank Syari'ah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syari'ah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wad'iah* dan *Mudharabah*.

1) Prinsip Wadi'ah

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *wadi'ah dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*. Dalam *wadi'ah amanah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu, dalam hal *wadi'ah dhamanah*, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harus titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

2) Prinsip Mudharabah

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpanan atau deposit bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *murabahah* atau *ijarah*

⁶⁷ Muhammad Fu'rad Abdul Baqi, Al Lu' wal Marjan, "*Kumpulan hadits Shahih Lengkap Bukhari Muslim*" (Yogyakarta: Ghani Pressindo 2012)

seperti yang telah dijelaskan terdahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *mudharabah* kedua. Hasil usaha ini akan dibagi hasikan berdasarkan nisbah yang disepakati.

c. Jasa Perbankan

Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*) dengan pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*), Bank Syari'ah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain berupa:

1) *Sharf* (Jual Beli Valuta Asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (spot). Bank mengalami keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

Hadits tentang *sharf*

الذَّهَبَ لَا تَبِيعُوا بِالذَّهَبِ إِلَّا مِثْلًا بِمِثْلٍ وَلَا تُشِفُّوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ وَلَا الْوَرَقَ تَبِيعُوا إِلَّا مِثْلًا بِمِثْلٍ وَلَا تُشِفُّوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ وَلَا تَبِيعُوا غَائِبًا مِنْهَا بِنَا جِزٍ

Artinya: “Janganlah kamu menjual emas dengan emas kecuali sama-sama bilangannya dan janganlah kamu lebihkan sebagian lainnya, janganlah kamu menjual uang kertas dengan uang kertas kecuali sama-sama bilangannya dan janganlah kamu

lebihkan sebagian lainnya dan janganlah kamu menjual barang tidak ada di tempat dengan yang sudah ada di tempat.” (HR. Bukhari dan Muslim dari Abi Said)⁶⁸

2) Ijarah (Sewa)

Jenis kegiatan ijarah antara lain penyewa kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*) bank ini mendapat imbalan sewa jasa tersebut.

2.6.2 Kegiatan lain atau kegiatan penunjang di Bank

a. Jasa pembayaran dana

Dalam hal ini bank dapat pula memberikan pelayanan berupa jasa pembayaran seperti antara lain:

- 1) Membayar gaji
- 2) Membayar pensiun
- 3) Membayar bonus
- 4) Membayar hadiah
- 5) Membayar deviden⁶⁹

b. Jasa Penyetoran Dana

Jasa ini di utamakan untuk membantu nasabahnya dalam mengumpulkan setoran atau pembayaran lewat bank. Setoran atau pembayaran yang biasa di terima oleh bank antara lain:

⁶⁸ Muhammad fu'rad abdul baqi, *Op.Cit*

⁶⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), h. 137.

- 1) Pembayaran listrik
- 2) Pembayaran telepon
- 3) Pembayaran pajak
- 4) Pembayaran uang kuliah
- 5) Pembayaran rekening air
- 6) Menerima setoran ONH
- 7) Dan setoran lainnya

Jasa ini bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam membayar kewajibannya yang cukup pada satu tempat.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian.

Denisa irawaty nababab dan haroni doli harmoraron, dalam jurnal berjudul “Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat kecamatan medan helvetia dalam memilih lembaga keuangan sebagai sumber pendanaan”. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, penelitian yang dilakukan di Bank Rakyat Indonesia dan Bank SUMUT, dengan metode analisis deskriptif. Menjelaskan bahwa berdasarkan usia responden dibagi menjadi empat kelas berdasarkan batas usia minimal dan maksimal nasabah peminjam kredit. Presentase tertinggi diperoleh nasabah berusia 31-40 tahun sebesar 60% dan urutan kedua tertinggi adalah usia 41-50 tahun sebesar

18,4%. Hal ini menunjukkan bahwa kisaran usia 31-40 tahun dan usia 41-50 tahun merupakan usia yang produktif. Untuk usia 25-30 tahun yaitu sebesar 15%. Dan usia di atas 21 tahun sebesar 6,6% jumlah yang relatif kecil dikarenakan pada usia tersebut seseorang relatif tidak berani mengambil risiko meminjam uang di bank. kesimpulan yang didapatkan berupa faktor yang mempengaruhi masyarakat kecamatan medan dalam memilih bank sebagai sumber pendanaan adalah tingkat bunga yang ditetapkan untuk sejumlah kredit yang dipinjam nasabah, sistem administrasi di dalam pengurusan kredit, agunan yang ditetapkan oleh pihak bank untuk masing-masing kredit, dan kredibilitas bank dikalangan masyarakat.⁷⁰

Ahmad faud azhar, dalam jurnalnya yang berjudul analisis pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah bank BRI di Yogyakarta, Data yang digunakan adalah data primer serta teknik pengambilan sampelnya menggunakan *non-probability sampling*, Bahwa dari hasil uji determinasi dapat diketahui *Adjusted R Square* adalah 0,594, berarti bahwa variabel kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas dalam menerangkan variasinya terdapat variabel dependen sebesar 59,4% sedangkan sisanya sebesar 40,6% (100-59,4%) diterangkan oleh faktor atau variabel lain diluar model regresi yang dianalisis. Serta

⁷⁰ Denisa irawaty nasabah dan haroni doli harmoraron,” Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat kecamatan medan helvetia dalam memilih lembaga keuangan sebagai sumber pendanaan” *jurnal ekonomi dan keuangan Vol. 1 no.6*, (Medan: 2013), h.23.

terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepercayaan terhadap minat menabung di Bank BRI Unit Kasihan, tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel jaminan rasa aman terhadap minat menabung di Bank BRI Unit Kasihan, dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel aksesibilitas terhadap minat menabung di Bank BRI Unit Kasihan.⁷¹

Himyar pasrizal, Ubud salim dan Umar nimran, dalam jurnalnya yang berjudul pengaruh kepribadian, kelas sosial, dan budaya pengusahaan terhadap strategi pemasaran dan keputusan menjadi nasabah bank syariah mandiri di sumatera barat, metode yang digunakan adalah metode campuran (*mix method*) serta menggunakan pendekatan *explanatory research*. Pengaruh hubungan variabel yang terkuat adalah dari variabel strategi pemasaran terhadap variabel keputusan menjadi nasabah, yaitu sebesar 0,69, pengaruh hubungan variabel terlemah adalah pengaruh variabel kepribadian terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 0,05. Sedangkan untuk variabel kepribadian terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 0,054, dan variabel kelas sosial sebesar 0,251, dan yang terakhir variabel budaya terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 0,006.⁷²

⁷¹ Ahmad faud azhar, “Analisis pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah bank BRI di Yogyakarta” (Yogyakarta: fakultas ekonomi dan bisnis UMY), h. 9.

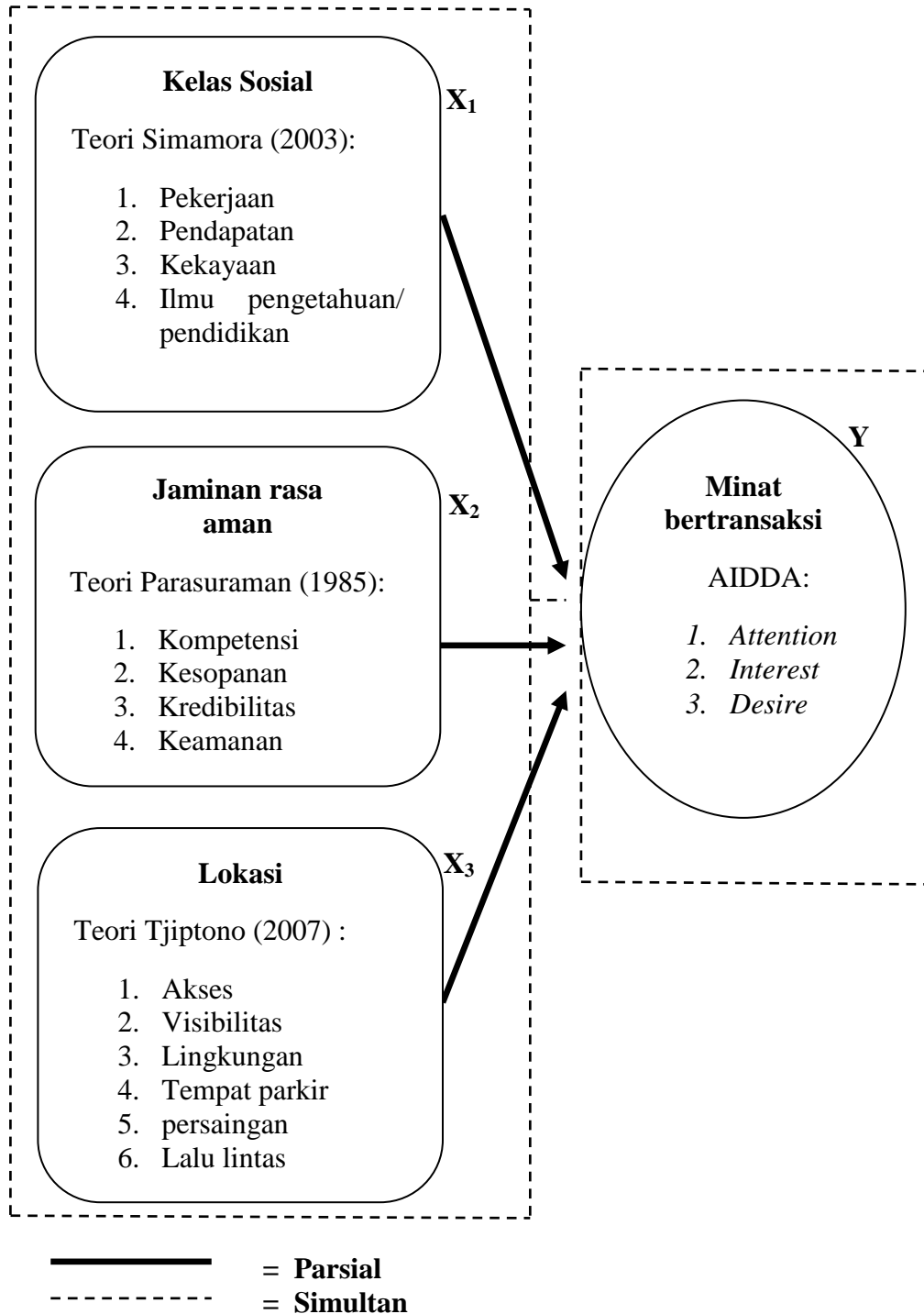
⁷² Himyar pasrizal, Ubud salim dan umar nimran, “Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial dan Budaya Pengusaha terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Sumatera Utara” *jurnal aplikasi manajemen Vol.10 no.4*, (Malang: 2012), h. 718-720

Rizqa ramadhaning tyas dab ari setiawan, dalam jurnalnya yang berjudul pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan untuk menabung di BMT sumber mulia tuntang. Variabel yang dominan memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung adalah variabel *emphaty* dengan nilai signifikan sebesar 0,000, selanjutnya variabel *reliability* dengan nilai signifikansi 0,001, variabel *tangibles* 0,003, variabel *assurance* sebesar 0,005 dan *responsiveness* sebesar 0,043 sedangkan untuk variabel lokasi sebesar 0,002. Jadi kedua variabel yaitu variabel lokasi dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap keputusan untuk menabung.⁷³

⁷³ Rizqa Ramadhaning Tyas & Ari Setiawan, *Opcit*, h.295-296.

2.8 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.9 Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan teoritis atau sementara dalam penelitian. Dengan hipotesis penelitian menjadi jelas searah pengujiannya. Dengan kata lain hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian baik sebagai objek pengujian maupun pengumpulan data. Berdasarkan landasan teori dan kerangka konsep penelitian, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- 1) H_{01} Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kelas Sosial Terhadap Minat Transaksi pada Masyarakat di Bank Syari'ah
 H_{a1} : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kelas Sosial Terhadap Minat Transaksi pada Masyarakat di Bank Syari'ah
- 2) H_{01} Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Transaksi pada Masyarakat di Bank Syari'ah
 H_{a1} : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Jaminan rasa aman Terhadap Minat Transaksi pada Masyarakat di Bank Syari'ah
- 3) H_{01} Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Lokasi Terhadap Minat Transaksi pada Masyarakat di Bank Syari'ah
 H_{a1} : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Lokasi Terhadap Minat Transaksi pada Masyarakat di Bank Syari'ah

4) H_{01} Tidak terdapat pengaruh bersamaan secara signifikan antara variabel Kelas Sosial, Jaminan rasa Aman, dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi pada Masyarakat di Bank Syari'ah

H_{a1} : Terdapat pengaruh bersama-sama secara signifikan antara variabel Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi pada Masyarakat di Bank Syari'ah

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi (Pendekatan) Penelitian

Agar dapat menjawab persoalan yang telah dirumuskan, dibutuhkan suatu metode penelitian sebagai alat bantu dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁷⁴

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode dalam penelitian suatu objek yang penyajian datanya didominasi dalam bentuk angka dan analisis data yang digunakan bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis.⁷⁵ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field Research*) yaitu

⁷⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: ALFABETA, 2016), h 11.

⁷⁵ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 97.

suatu penelitian yang berusaha untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai permasalahan diluar kepustakaan.⁷⁶ Penelitian ini diperoleh dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap masyarakat desa bandar jaya timur dalam melihat minat dalam menggunakan jasa-jasa dalam perbankan. Sedangkan data pendukung dan pelengkapya adalah buku-buku yang berkaitan dengan materi pembahsaan, maupun sumber-sumber lain yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

3.3 Data dan Sumber Daya

Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data-data tersebut akan disajikan sebagai berikut:

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.⁷⁷ Maksudnya adalah data yang dihasilkan dari jawaban angket meliputi data mengenai kelas sosial serta penghasilan pendapatan.

⁷⁶ M.Ahmad Anwar, *Prinsip-prinsip Metodologi Research* (Yogyakarta: Sumbangsih, 1975), h. 18..

⁷⁷ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 103

Data primer disebut juga data yang diperoleh dari responden atau objek yang diteliti.⁷⁸ Kelebihan penggunaan sumber data primer adalah peneliti dapat mengumpulkan data sesuai dengan yang diinginkan karena data yang tidak relevan dapat dieliminasi atau setidaknya dikurangi. Dengan demikian data primer dalam penelitian ini berupa data yang diambil dari kuesioner dari Masyarakat desa Bandar Jaya Timur Lampung Tengah.

3.3.2 Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari kantor, buku-buku (ke pustakaan), atau pihak lain yang mempunyai data yang terkait erat dengan obyek dan permasalahan yang sedang diteliti. Data yang di peroleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data.⁷⁹

⁷⁸ Moh pabundu tika, *Metodelogi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 57.

⁷⁹ V. Wiratna sujarweni, *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015), h. 89.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik instrumen:

3.4.1 Observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.⁸⁰

Observasi adalah teknik yang digunakan sebagai langkah awal untuk mengetahui kondisi dan situasi pada desa bandar jaya timur lampung tengah.

3.4.2 Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.⁸¹

⁸⁰ Moh pabundu tika, *Metodelogi Op.cit.* h. 58.

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, cet.ke 23 (Bandung: Alfabeta 2016), h. 142.

Adapun skala pengukuran yang dilakukan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun butir-butir pertanyaan.⁸² Untuk skor yang diberikan sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Ragu-ragu (RG) : 3
- d. Tidak setuju (TS) : 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) : 1

3.4.3 Dokumentasi

Mengumpulkan data melalui data yang tersedia yaitu biasanya berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak, foto dan dapat juga berbentuk file diserver, serta data yang tersimpan di website. Data ini bersifat tidak terbatas pada ruang dan waktu.⁸³ Dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini seperti data mengenai jumlah masyarakat, sejarah serta profil dari desa bandar jaya timur.

⁸² V. Wiratna Sujarweni, *Op.cit.* h. 104.

⁸³ Juliyansyah Noor, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Kencana, 2011), h. 141.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸⁴ Bahan yang digunakan untuk penelitian merupakan populasi dari seluruh masyarakat Bandar jaya Timur. Menurut data dari kelurahan Bandar jaya Timur jumlah penduduk mencapai 13.369 jiwa baik dari usia balita hingga lansia.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti ini menggunakan sampel. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul betul representatif (mewakili).⁸⁵

Ada beberapa teknik yang digunakan dalam menentukan jumlah sample salah satunya dengan menggunakan Rumus Slovin. Rumusnya adalah sebagai berikut:

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2014) cet.ke 21, h.80.

⁸⁵ *Ibid*, 81

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana =

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Prosentasi kelonggaran ketidak terikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

Dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%.⁸⁶

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sample yang diambil dalam penelitian ini:

$$n = \frac{13.369}{1 + 13.369 (10\%)^2} = 99,2575544$$

Dengan demikian, jumlah sampel untuk penelitian adalah 99,2575544 yang dibulatkan menjadi 100 masyarakat. Teknik yang digunakan adalah *Teknik Purposive Sampling*, yaitu yang dipilih secara cermat sehingga relavan dengan desain penelitian.⁸⁷ Teknik ini adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan begitu sampel yang dipilih ialah sampel yang mengetahui sedikit ilmu tentang penelitian ini.

⁸⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Loc.cit.* h. 82

⁸⁷ Sugiono,, *Op.cit.* h. 14.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁸⁸

3.6.1 Variabel Dependen

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁸⁹ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat transaksi di Bank Syari'ah.

3.6.2 Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

- a. Kelas Sosial (X1)
- b. Jaminan Rasa Aman (X2)
- c. Lokasi (X3)

⁸⁸Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, edisi ke 3 (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 63

⁸⁹*Ibid*, h.64.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah penentuan pengukuran variabel sehingga menjadi variabel yang dapat di ukur.⁹⁰

Variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional + Variabel	Indikator	Pernyataan
Kelas Sosial	Kelas sosial mengacu kepada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku mereka berdasarkan posisi ekonomi mereka di pasar. (Moenandar Soelaeman)	1. Pekerjaan 2. Pendapatan 3. Pendidikan 4. Kekayaan	1. Pekerjaan yang dimiliki seseorang berpengaruh terhadap keputusan transaksi di Bank Syari'ah 1. Pendapatan yang tinggi akan meningkatkan minat untuk menabung dan melakukan transaksi di Bank Syari'ah 1. Jenjang pendidikan seseorang mempengaruhi tingkat melakukan transaksi di Bank Syari'ah 2. Semakin tinggi pendidikan semakin besar keputusan melakukan transaksi di Bank Syari'ah 1. Kekayaan seseorang dapat berdampak terhadap terhadap melakukan kegiatan transaksi di Bank Syari'ah 2. Semakin besar kekayaan maka

⁹⁰ Nur Indriantoro & Bambang Supomo, *Metodologi penelitian bisnis untuk akuntansi dan manajemen*, (Yogyakarta:BPFE YOGYAKARTA, 2002), h. 69.

			semakin sering dia menabung atau melakukan transaksi lain di Bank Syari'ah
Jaminan Rasa Aman	Kebutuhan akan kebebasan dari ancaman, yakni aman dari ancaman kejadian atau lingkungan (Maslow)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi 2. Kesopanan 3. Kredibilitas 4. Keamanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi yang dimiliki pegawai bank dalam hal pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam melakukan transaksi di Bank Syari'ah 2. Semakin baik penyampaiannya semakin masyarakat merasa nyaman untuk melakukan transaksi di Bank Syari'ah <ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap sopan yang dilakukan pegawai mempunyai pengaruh yang tinggi bagi masyarakat dalam melakukan transaksi di Bank Syari'ah 2. Semakin sopan pegawai semakin merasa aman bagi nasabah dalam bertransaksi di Bank Syari'ah <ol style="list-style-type: none"> 1. Kredibilitas bank yang baik dapat membuat masyarakat merasa aman dalam melakukan transaksi di Bank Syari'ah <ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan yang dijamin bank kepada calon nasabah membuat masyarakat yakin dalam melakukan transaksi di Bank Syari'ah 2. Adanya security di Bank membuat calon nasabah merasa aman dalam

			melakukan transaksi di Bank Syari'ah
Lokasi	Tempat dimana diperjual belikan produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. (Kasmir)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lingkungan/ Ketersedia tenaga kerja 4. tempat parkir yang luas 5. Persaingan 6. Lalu lintas (<i>traffic</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses yang mudah dijangkau memudahkan calon nasabah yang akan melakukan transaksi di Bank Syari'ah 2. Jalan yang baik untuk menuju lokasi bank akan menambah minat masyarakat dalam melakukan transaksi yang ada di Bank Syari'ah <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang berada ditepi jalan memudahkan konsumen <ol style="list-style-type: none"> 1. Keramaian orang yang lalu lalang akan menambah peluang 2. Adanya tenaga kerja yang tersedia memudahkan berkembangnya bank <ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat parkir yang luas dibutuhkan untuk membuat calon nasabah nyaman 2. Adanya tempat parkir yang luas menambah nilai tambah yang di miliki bank dalam menarik minat nasabah <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing didekat Bank Syari'ah akan menciptakan persaingan yang sehat antar bank <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan lokasi yang lancar sehingga dapat menghindari kemacetan
Minat Transaksi	Keputusan dan tindakan konsumen dalam menggunakan jasa-jasa di	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Attention</i> 2. <i>Interst</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendengar nama Bank Syari'ah membuat perhatian saya tertuju pada Bank

	bank	3. <i>Desire</i>	<p>Syari'ah</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Keberadaan bank yang telah saya ketahui 1. Setelah mendengar namanya membuat tertarik untuk melakukan transaksi di Bank Syari'ah 2. Setelah mengetahui perbedaan yang ada pada pesaing membuat melakukan transaksi jasa di Bank Syari'ah 1. Adanya Bank Syari'ah membuat ingin mengetahui lebih jauh akan sistem yang diterapkan 2. Adanya bank dengan prinsip islam membuat keinginan untuk menabung atau melakukan transaksi lainnya di Bank Syari'ah
--	------	------------------	--

3.8 Teknik Analisa Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁹¹

⁹¹ Sugiyono, *Op. Cit.* h. 199.

Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena. Hasil akhir dari penelitian ini biasanya berupa tipologi atau pola-pola mengenai fenomena yang sedang dibahas.⁹²

Dari data- sata yang diperoleh baik data primer maupun data sekunder kemudian dikumpulkan, diolah dengan cara:

1. Pemeriksaan dan *editing* yaitu mengoreksi apakah data yang terkumpul sudah cukup lengkap, sudah benar, dan sudah sesuai dengan masalah.
2. Penandaan data (*coding*) yaitu memberi catatan atau tanda menyatakan jenis sumber data.
3. Rekontruksi (*reconstructing*) yaitu menyusun ulang data secara teratur, berurutan, logis sehingga mudah dipahami dan di interpretasikan
4. Sistematisasi data (*systematizing*) yaitu pendapatan data menurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan urutan masalah.⁹³

⁹²Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016), h 37

⁹³Abdul Kadir Muhammad, *Pengantar Metodologi Research*, (bandung: Alumni 1998), h. 126.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Uji Validitas

Validitas menurut arikunto (2002) adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.⁹⁴

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh koesioner itu. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ (n adalah jumlah sampel).⁹⁵

Untuk penentuan apakah suatu item layak digunakan atau tidak, caranya dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikansi terhadap skor total item.

⁹⁴ Modul Ekonometrika (dasar-dasar teori dan terapan), h.14.

⁹⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Op.cit*, 158

Keputusan untuk uji validitas sebagai berikut:

- Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid
- Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid

Rumusnya mencari $r \text{ tabel}$ sebagai berikut:

$$r \text{ table} = \frac{t \text{ table}}{\sqrt{df + t^2 \text{ tabel}}}$$

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.⁹⁶

Suatu alat ukur dikatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama.⁹⁷

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha > 0,60.

Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

- Cronbach alpha < 0,60 = reliabilitas buruk
- Cronbach alpha 0,60-0,79 = reliabilitas diterima
- Cronbach alpha 0,80 = reliabilitas baik

⁹⁶*Ibid*, h. 169.

⁹⁷ *Ekonometrika, Loc. Cit*, h.14.

Uji reliabilitas alat ukur menggunakan *Cronbach Alpha* dengan menggunakan bentuk skala likert 1-5 dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

Dimana:

α : koefisien reliabilitas

k: jumlah variabel bebas (independen) dalam persamaan

r : koefisien rata-rata

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Menurut Gustika, uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Regresi yang baik adalah regresi yang memiliki data yang berdistribusi normal.⁹⁸ Normalitas juga bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.⁹⁹

Uji normalitas di gunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak.

⁹⁸ Sugiyono, *Loc. Cit*, h..21.

⁹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi* (Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2002), h. 160.

Dalam pengujian ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Hipotesis yang dapat dibuat sebagai berikut:

H_0 : variabel residual berdistribusi normal

H_a : variabel residual tidak berdistribusi normal

Pengambilan keputusan :

b. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima

c. Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_a ditolak

3.10.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (variabel bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.¹⁰⁰ Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation* (VIF).

Kriteria pengambilan keputusan jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen nilai *tolerance* kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ maka menunjukkan adanya multikolineritas jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinieritas.¹⁰¹

¹⁰⁰ Modul *Ekonometrika Analisis dan Pengelolaan Data dengan SPSS dan EVIEWS* (Bandar lampung, 2016), h. 23.

¹⁰¹ Kadir, *Statistika Terapan Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan program SPSS/Lisrel dalam penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 156.

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.¹⁰²

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Uji *glejser* mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen.¹⁰³ Dengan rumus:

$$U_t = \alpha + \beta X_t + V_t$$

Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya $< 0,05$, yang berarti bahwa apabila signifikansinya $> 0,05$ penelitian dapat dilanjutkan.

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linier.

¹⁰² Imam Ghozali, *Op.Cit*, h. 139.

¹⁰³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi* (Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h.137-138.

Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian.¹⁰⁴ Dengan modelnya sebagai berikut.

Rumus persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon_1$$

Keterangan:

Y = Keputusan bertransaksi/ menggunakan jasa perbankan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = Kelas Sosial

X₂ = Jaminan Rasa Aman

X₃ = lokasi

€ = nilai dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan (kesalahan prediksi)

3.11.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi adalah nol atau satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.¹⁰⁵ Koefisien determinasi digunakan untuk

¹⁰⁴ Wiratna Sujarweni, *Op.cit*, h.160

¹⁰⁵ Sugiono, 2013. *Op.Cit.*, h. 286.

mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji R^2 dinyatakan dalam presentase yang nilainya berkisaran antara $0 < R^2 < 1$. Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai R^2 mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil
- b. Jika nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat

3.11.3 Uji Simultan (uji f)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y).¹⁰⁶ Dan untuk melihat pengaruh variabel X terhadap Y secara bersama-sama, sehingga bisa diketahui apakah dengan yang sudah ada dapat diterima atau ditolak. Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut
 - i. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, dengan dk pembilang k dan dk penyebut $n-k-1$ dan $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima.

¹⁰⁶ Wiratna Sujarweni, *Op.Cit*, h. 162.

- ii. Jika $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima

3.11.4 Uji Parsial (uji t)

Uji signifikansi ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik t. Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan derajat keabsahan 5 %. Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5%) dengan kriteria pengujian sebagai berikut:¹⁰⁷

5. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $dk = n-2$ dan $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima.
6. Jika $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_0 diterima.

Rumusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 : Ada pengaruh antara variabel independen terhadap dependen.

¹⁰⁷ Modul Ekonometrika Analisis dan Pengelolaan Data dengan SPSS dan EVIEWS, Lo.Cit, h. 17.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya Desa Bandar Jaya Timur

Kelurahan Bandar Jaya Timur pada awalnya merupakan daerah transmigrasi yang pertama kali dibuka pada tanggal 08 Mei 1954 oleh jawatan transmigrasi dan diberi nama Bandar Jaya. Pada saat itu daerah transmigrasi Bandar Jaya merupakan wilayah tanah marga dari masyarakat terbanggi besar, sehingga pada awal tahun pembukaannya daerah transmigrasi Bandar Jaya merupakan bagian dari kampung Terbanggi Besar dimana pada waktu itu yang menjabat sebagai kepala kampung adalah Bapak Darmawan.¹⁰⁸

Pada awal mulanya dibukannya Bandar Jaya oleh jawatan transmigrasi daerah transmigrasi Bandar Jaya sebenarnya terdiri dari 2 (dua) satuan pemukiman, yaitu:

- 1) Bandar Jaya (\pm 50 Ha)
- 2) SP Bandar Sari (\pm 150 Ha)

SP Bandar jaya pada waktu itu adalah mulai dari jalan Ahmad yani sekarang (Simpang empat Sektor polisi) kearah selatan sejauh

¹⁰⁸ Data Monografi Kelurahan Bandarjaya Timur Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah

500 (Lima Ratus M) dengan setiap 100 meter diberi jalan selebar 10 meter kearah barat sejauh 500 meter dan kearah timur sejauh 500 meter dengan ketentuan yang sama (setiap 100 meter diberi jalan selebar 10 meter), sementara SP Bandar Sari kondisi pada waktu itu sama kondisinya seperti sekarang ini adapun tanah kosong yang terdapat antara SP Bnadar Jaya dengan SP Bandar Sari merupakan tanah marga milikmasyarakat Terbanggi Besar.

Awal mula dibukanya Bandar Jaya diisi rombongan transmigran dari pulau Jawa sebanyak \pm 80 KK yang terdiri 2 (Dua) rombongan, yaitu :

- 1) Rombongan dari Malang dipimpin oleh Ranu Diharjo.
- 2) Rombongan dari daerah Banyumas dipimpin oleh Pak Darsono.

Semenjak tahun 1956 Bandar Jaya menjadi ditetapkan menjadi Kampung / desa Divinitif dengan nama Bandar Jaya. Pada waktu ditetapkan sebagai Kampung / desa Divinitif, Bandar Jaya terdiri dari 2 (Dua) Dusun (Pada waktu itu bernama Suku) yaitu: Dusun Bandar Jaya dan Dusun Bandar Sari.

Pada Tahun 1973 Daerah Transmigrasi Bandar Jaya oleh jawatan transmigrasi diserahkan pada Pemda Tk. II Kabupaten Lampung Tengah (Pada saat itu Bupatinya adalah Bapak Iman Prabu). Kemudian berdasarkan kebijakan dari Pemda Tk. II Kabuapten

Lampung Tengah. Maka wilayah diseputran Bandar Jaya yang semula adalah tanah marga milik masyarakat Terbanggi Besar dimasukan dalam wilayah desa Bandar Jaya sehingga desa Bandar Jaya meliki luas \pm 640 Ha.

Sebagai akibat terjadinya penambahan luas wilayah yang cukup banyak maka dibentuklah 4 (empat) Dusun baru, sehingga jumlah dusun/ suku di desa Bandr Jaya menjadi 6 (Enam) Dusun/ suku yaitu

- a. Dusun Rantau Jaya I
- b. Dusun Rantau Jaya II
- c. Dusun Rantau jaya III
- d. Dusun Bandar jaya Barat
- e. Dusun Bandar jayaTimur
- f. Dusun Bandar Sari.

Berdasarkan peraturan Daerah Kabupaten Lampung Tengah Nomor : 5 Tahun 2002 tanggal 15 Nopember 2002 tentang perubahan Kampung menjadi Kelurahan dan pembentukan Kelurahan, Kampung Bandar Jaya ditingkatkan Statusnya menjadi Kelurahanjuga sekaligus dipecah menjadi 2 (dua) Kelurahan yaitu :

- a. Kelurahan Bandar Jaya Barat
- b. Kelurahan Bandar Jaya Timur

Dengan batas pemisah antara kedua Kelurahan tersebut adalah Jalan Raya Proklamator yang membentang ditengah-tengah Kampung/ Desa Bandar Jaya.

Kemudian berdasarkan Keputusan Bupati Lampung Tengah Nomor : 11 Tahun 2003 tentang Peresmian Perubahan Kampung menjadi Kelurahan dan pembentukan Kelurahan, maka pada tanggal 28 Agustus 2003 dilaksanakan peresmian Kelurahan Bandar Jaya Timur.

4.1.2 Batas-Batas Wilayah Bandar Jaya Timur

Kelurahan Bandar jaya Timur sebagai Kelurahan baru hasil peningkatan status sekaligus pemekaran dari Bandar Jaya Timur saat ini memiliki luas \pm 304 Ha, dengan batas-batas sebagai berikut :

Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kelurahan Yukum Jaya

Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kampung Indra Putra Subing

Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kelurahan Seputih Jaya

Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kelurahan Bandar Jaya Barat.

Kelurahan yang baru terbentuk ini terdiri dari 4 (empat) Lingkungan, yaitu :

Lingkungan I : Bp. Martinus Tarman

Lingkungan II : Bp. Risman Sampurna Jaya

Lingkungan III : Mazni, BA

Lingkungan IV : Bp. Suwito, S.Pd.

Yang kini telah bertambah 1 lingkungan lsgisitu:

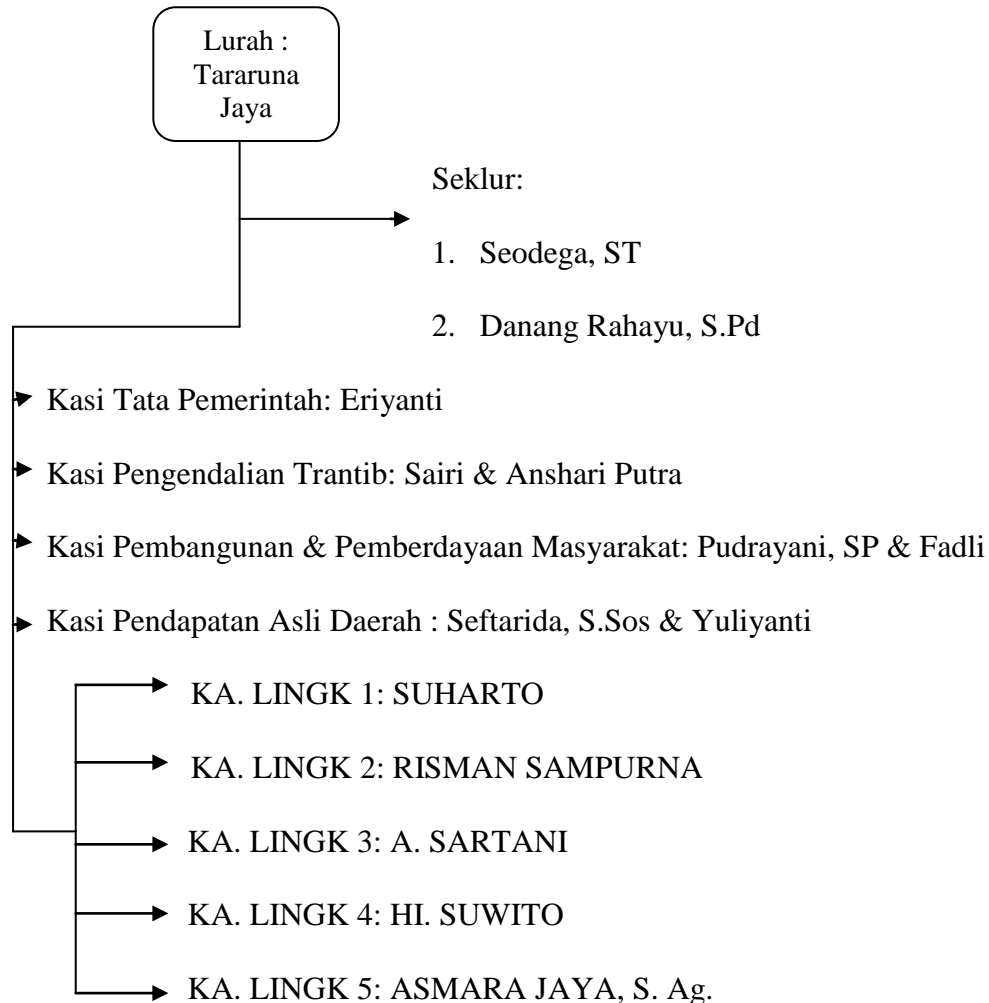
Lingkungs V : Bp. Asmara Jaya, S. Ag

Adapun Pengangkatan Lurah Kelurahan Bandar jaya Timur Berdasarkan Keputusan Bupati Lampung Tengah Nomor : 821.24/495/LTD.5/2003 Tanggal 29 Juli 2003 dan dilantik pada tanggal 29 Agustus 2003 adalah Drs.WASYADI

Tim Penyusun Sejarah Kelurahan Bandar jaya Timur :

1. Drs. Wasyadi (Lurah / Ketua)
2. Martinus Tarman (Kepala Lingkungan I / Anggota)
3. Risman sampurna Jaya (Kepala Lingkungan II / Anggota)
4. Mazni, BA (Keapala Lingkungan III)
5. Suwito, S.Pd (Kepala Lingkungan IV / Anggota)
6. Drs. MS. Prayitno (Tokoh Masyarakat / Anggota)
7. Hi. Kelik Sunarto, SH (Tokoh Masyarakat / Anggota)

4.1.3 Struktur Pemerintahan Kelurahan Bandar Jaya Timur



4.2 Gambaran Umum Responden

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu sampel yang dipilih secara cermat sehingga relevan dengan desain penelitian. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat desa bandar jaya timur pada tanggal 7 agustus 2018 sampai 31 agustus 2018 dengan jumlah sampel yang diperoleh adalah 100 orang dengan kriteria

berpenghasilan di atas 1.00.000. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

4.2.1 Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden masyarakat desa bandar jaya timur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Jawaban Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin

jenis kelamin				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Laki-laki	50	50.0	50.0
	Perempuan	50	50.0	50.0
	Total	100	100.0	100.0

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan keterangan dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 50 orang atau 50%, sedangkan rasponden perempuan berjumlah 50 orang atau 50%. Dari keterangan data diatas diperoleh bahwa jumlah responden antara laki-laki dan perempuan sama besarnya.

4.2.2 Usia Responden

Tabel 4.2
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-29	30	30.0	30.0	30.0
30-39	34	34.0	34.0	64.0
40-49	31	31.0	31.0	95.0
>50	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 20-29 tahun berjumlah 30 orang atau sebesar 30%, responden yang berusia 30-39 tahun berjumlah 34 orang atau sebesar 34%, responden yang berusia 40-49 tahun berjumlah 31 orang atau 31%, dan untuk responden yang berusia diatas 50 tahun berjumlah 5 orang atau 5%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang diambil berusia 30-39 tahun yang merupakan masyarakat desa bandar jaya timur.

4.2.3 Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta	53	53.0	53.0	53.0
	Guru	17	17.0	17.0	70.0
	Karyawan	15	15.0	15.0	85.0
	PNS	5	5.0	5.0	90.0
	Lainnya	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas maka didapatkan hasil bahwa pekerjaan masyarakat yang diambil menjadi responden dengan hasil untuk pekerjaan wiraswasta yang berjumlah 53 orang atau 53%, guru berjumlah 17 orang atau 17%, untuk karyawan berjumlah 15 orang atau 15%, dan PNS berjumlah 5 orang atau 5% sedangkan untuk pekerjaan lainnya berjumlah 10 orang atau 10%. Maka dapat disimpulkan mayoritas masyarakat desa bandar jaya timur memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dengan peroleh paling besar yaitu sebanyak 53 orang.

4.2.4 Penghasilan Responden

Tabel 4.4
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

		Penghasilan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.000.000-2.000.000	11	11.0	11.0	11.0
	2.100.000-3.000.000	21	21.0	21.0	32.0
	3.100.000-4.000.000	31	31.0	31.0	63.0
	4.100.000-7.000.000	34	34.0	34.0	97.0
	7.100.000-10.000.000	3	3.0	3.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Dari data diatas, diketahui bahwa responden yang memiliki tingkat penghasilan sebesar 1.000.000-2.000.000 sebanyak 11 orang atau 11%, untuk penghasilan 2.100.000-3.000.000 sebanyak 21 orang atau 21%, , penghasilan sebesar 3.100.000-4.000.000 sebanyak 31 orang atau 31%, dan untuk penghasilan sebesar 4.100.000-7.000.000 sebanyak 34 orang atau 34%, sedangkan untuk penghasilan 7.100.000-10.000.000 sebanyak 3 orang atau 3%. Maka dapat disimpulkan bahwa penghasilan terbesar masyarakat desa bandar jaya timur berada pada tingkat penghasilan 4.100.000-7.000.0000 hal ini membuktikan bahwa rata-rata penghasilan masyarakat desa bandar jaya timur memiliki penghasilan yang tinggi.

4.2.5 Pendidikan Responden

Tabel 4.5
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	4	4.0	4.0	4.0
	SMP	22	22.0	22.0	26.0
	SMA	36	36.0	36.0	62.0
	DIPLOMA	4	4.0	4.0	66.0
	S1	32	32.0	32.0	98.0
	S2	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah pada tahun 2018

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa masyarakat dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 4 orang atau 4%, untuk tingkat SMP sebanyak 22 orang atau 22%, untuk tingkat SMA sebanyak 36 orang atau 36%, Diploma sebanyak 4 orang atau 4%, dan untuk tingkat S1 sebanyak 32 orang atau 32%, sedangkan untuk tingkat pendidikan S2 sebanyak 2 orang atau 2%. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa pendidikan terbanyak yang dimiliki oleh masyarakat desa bandar jaya timur adalah tingkat SMA yang memiliki perbedaan tipis dari tingkat pendidikan S1.

4.3 Analisis Data

Gambaran Distribusi Jawaban Responden

Jawaban dari para responden sebelumnya mengalami pengolahan data, dan akan dijelaskan berdasarkan pembagian Variabel Kelas Sosial, Variabel Jaminan Rasa Aman, Variabel, Lokasi dan Variabel Minat Transaksi.

a) Variabel Kelas Sosial (X_1)

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban Responden Variabel Kelas Sosial

No	Pertanyaan	SS		S		RG		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X1 1	5	5%	21	21%	26	26%	40	40%	8	8%	100	100%
2	X1 2	8	8%	40	40%	25	25%	24	24%	3	3%	100	100%
3	X1 3	2	2%	19	19%	25	25%	45	45%	9	9%	100	100%
4	X1 4	4	4%	22	22%	35	35%	34	34%	5	5%	100	100%
5	X1 5	8	8%	44	44%	34	34%	13	13%	1	1%	100	100%
6	X1 6	9	9%	51	51%	23	23%	13	13%	4	4%	100	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan pada tabel diatas sebagian besar responden memberikan jawaban setuju. Dimana hasil terbanyak berturut-turut setuju pada X1 2,X1 5, dan X1 6 yaitu semakin tinggi pendapatan semakin besar keputusan transaksi di bank syariah, kekayaan yang dimiliki berpengaruh terhadap keputusan menggunakan transaksi di bank syariah, semakin besar kekayaan yang dimiliki semakin besar keputusan untuk melakukan transaksi di bank syari'ah dengan presentase terbesar berada pada angka 51% atau 51 responden. Dan hasil terkecil yaitu tidak setuju yang terdapat pada item 5 yaitu

semakin tinggi jenjang pendidikan semakin besar kemungkinan keputusan melakukan transaksi di bank syariah, sebesar 1% atau 1 responden.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat desa bandar jaya timur setuju bahwa kelas sosial mempunyai pengaruh yang besar untuk melakukan transaksi di bank syariah.

b) Variabel Jaminan Rasa Aman (X_2)

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Responden Variabel Jaminan Rasa Aman

No	Pertanyaan	SS		S		RG		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X2 1	18	18%	60	60%	18	18%	4	4%	0	0%	100	100%
2	X2 2	23	23%	48	48%	27	27%	1	1%	1	1%	100	100%
3	X2 3	26	26%	50	50%	21	21%	3	3%	0	0%	100	100%
4	X2 4	24	24%	51	51%	20	20%	4	4%	1	1%	100	100%
5	X2 5	36	36%	52	52%	10	10%	1	1%	1	1%	100	100%
6	X2 6	14	14%	45	45%	24	24%	15	15%	2	2%	100	100%
7	X2 7	19	19%	56	56%	20	20%	5	5%	0	0%	100	100%

Sumber: Data primer diolah pada tahun 2018

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih jawaban setuju. Dimana hasil terbanyak setuju terdapat pada item 1, yaitu pelayanan yang diberikan pegawai bank memberikan ketertarikan tersendiri untuk melakukan transaksi. Item pertanyaan nomor 1 memiliki presentase sebanyak 60% atau 60 orang yang menjawab setuju. Dan hasil terkecil atau sangat tidak setuju terdapat pada item 1,3,7 yaitu pelayanan yang diberikan pegawai bank memberikan ketertarikan tersendiri untuk melakukan transaksi, kesopanan yang ditunjukkan oleh pegawai memberikan pengaruh, adanya

security membuat melakukan transaksi untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan. Dengan presentase sebesar 0% atau tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Data tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat desa bandar jaya timur setuju bahwa jaminan rasa aman berpengaruh terhadap minat transaksi.

c) **Variabel Lokasi (X₃)**

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Lokasi

No	Pertanyaan	SS		S		RG		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X3 1	16	16%	58	58%	19	19%	7	7%	0	0%	100	100%
2	X3 2	10	10%	37	37%	37	37%	15	15%	1	1%	100	100%
3	X3 3	2	2%	43	43%	24	24%	25	25%	6	6%	100	100%
4	X3 4	7	7%	36	36%	29	29%	26	26%	2	2%	100	100%
5	X3 5	6	6%	44	44%	37	37%	11	11%	2	2%	100	100%
6	X3 6	5	5%	51	51%	37	37%	7	7%	0	0%	100	100%
7	X3 7	5	5%	39	39%	32	32%	24	24%	0	0%	100	100%
8	X3 8	7	7%	49	49%	35	35%	9	9%	0	0%	100	100%
9	X3 9	16	16%	55	55%	23	23%	6	6%	0	0%	100	100%

Sumber: Data primer diolah pada tahun 2018

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan hasil terbanyak pada item 1 yaitu akses yang mudah dijangkau menuju bank memudahkan untuk melakukan transaksi memiliki presentase sebesar 58% atau 58 orang. Item yang memiliki variasi jawaban adalah item dengan pertanyaan no 3 yaitu keberadaan bank yang dekat dengan pasar, memudahkan untuk mencari nasabah. Pada item ini diperoleh skor sangat setuju sebesar 2%,

setuju sebesar 43%, ragu-ragu sebesar 24%, tidak setuju sebesar 25% dan sangat tidak setuju sebesar 6%.

Hasil skor pada item no 3 menunjukkan ada 25% responden yang tidak setuju atau tidak sependapat dengan pernyataan tersebut bahwa meskipun letak bank yang dekat dengan pasar tidak menjadi jaminan akan memudahkan dalam hal mencari nasabah.

d) Variabel Minat Transaksi (Y)

Tabel 4.9
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Minat Transaksi

No	Pertanyaan	SS		S		RG		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y1	5	5%	30	30%	43	43%	20	20%	2	2%	100	100%
2	Y2	6	6%	70	70%	21	21%	3	3%	0	0%	100	100%
3	Y3	2	2%	33	33%	53	53%	11	11%	1	1%	100	100%
4	Y 4	8	8%	35	35%	43	43%	13	13%	1	1%	100	100%
5	Y5	9	9%	49	49%	30	30%	11	11%	1	1%	100	100%
6	Y6	9	9%	48	48%	31	31%	11	11%	1	1%	100	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan data diatas didapatkan bahwa sebagian besar responden yang diambil memberikan jawaban setuju. Dimana hasil terbanyak setuju terdapat pada item 2 yaitu pengetahuan akan adanya bank syariah memiliki presentase sebesar 70% responden. Sedangkan jawaban sangat tidak setuju terkecil pada item 2 yaitu pengetahuan akan adanya bank syariah memiliki dengan presentase 0% atau tidak ada yang menjawab dengan pilihan sangat tidak setuju. Dari data tersebut bahwa disimpulkan bahwa sebagian masyarakat yang memilih melakukan transaksi dibank

syariah karena perhatian akan adanya bank syariah lalu melakukan tindakan berupa *Action* dalam memutuskan minat bertransaksi di bank syariah.

4.4 Alat Uji Kuesioner

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketetapan atau kevalidan suatu item-item dalam suatu daftar pertanyaan yang berbentuk kuesioner atau skala yang ingin diukur. Dalam penentuan valid atau tidak, yang harus dilakukan adalah dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan $N = 100$, $df = 100 - 3 = 97$ dan $\alpha 0,05$ didapat r_{table} 0,1975. Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan terlebih dahulu adalah melakukan perhitungan statistik dengan menggunakan aplikasi SPSS 23, adapun hasil outputnya dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel X_1 (kelas sosial)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Soal 1	0,677	0,1975	Valid
Soal 2	0,754	0,1975	Valid
Soal 3	0,595	0,1975	Valid

Soal 4	0,703	0,1975	Valid
Soal 5	0,614	0,1975	Valid
Soal 6	0,737	0,1975	Valid

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas, secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel X_1 dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan nilai r_{tabel} yaitu 0,1975.

Tabel 4.11

Uji Validitas Variabel X_2 (jaminan rasa aman)

Item Pertanyaa n	r hitung	r tabel	Kesimpula n
Soal 1	0,60 5	0,197 5	Valid
Soal 2	0,60 4	0,197 5	Valid
Soal 3	0,64 9	0,197 5	Valid
Soal 4	0,52 4	0,197 5	Valid
Soal 5	0,58 6	0,197 5	Valid
Soal 6	0,60 2	0,197 5	Valid

Soal 7	0,63 5	0,197 5	Valid
--------	-----------	------------	-------

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa item pertanyaan pada X dapat dinyatakan valid karena seluruh pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,1975.

Tabel 4.12
Uji Validitas Variabel X₃ (Lokasi)

Item Pertanyaa n	r hitung	r tabel	Kesimpula n
Soal 1	0,31 8	0,197 5	Valid
Soal 2	0,48 1	0,197 5	Valid
Soal 3	0,55 4	0,197 5	Valid
Soal 4	0,70 7	0,197 5	Valid
Soal 5	0,56 2	0,197 5	Valid
Soal 6	0,58 6	0,197 5	Valid
Soal 7	0,63 0	0,197 5	Valid
Soal 8	0,32	0,197	Valid

	5	5	
Soal 9	0,56 9	0,197 5	Valid

Sumber : data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan data tabel diatas secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel X_3 dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,1975.

Tabel 4.13

Uji Validitas Variabel Y (Minat Transaksi)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Soal 1	0,62 6	0,197 5	Valid
Soal 2	0,62 2	0,197 5	Valid
Soal 3	0,70 1	0,197 5	Valid
Soal 4	0,71 5	0,197 5	Valid
Soal 5	0,75 0	0,197 5	Valid
Soal 6	0,73 0	0,197 5	Valid

Sumber : data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan data tabel diatas secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel Y dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,1975.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukurannya diulang. Atau Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Untuk mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai lebih besar dari r tabel, dengan kriteria apabila alpha hitung lebih besar dari *Alfa Cronbach* yaitu 0,60 semakin lebih besar maka reliabilitas semakin baik.

Adapun alat yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen menggunakan aplikasi statistik SPSS 23. Adapun hasil dari output perhitungan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.14
Hasil Reabilitas
Variabel X_1 (Kelas Sosial)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.788	6

Sumber : data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil dari output *Reliability Statistics* didapatkan dari nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,788 yang artinya hasil tersebut lebih besar dari nilai koefisien *Alpha Cronbach* sebesar 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 4.15
Hasil Reabilitas
Variabel X₂ (Jaminan Rasa Aman)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.818	7

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Dari tabel diatas hasil dari uji reliabilitas variable X₂ output dari *reliability Statistics* di dapatkan nilai dari *Cronbach Alpha* 0,818 yang artinya hasil tersebut lebih besar dari nilai koefisien *Alpha Cronbach* sebesar 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 4.16
Hasil Reabilitas
Variabel X₃ (Lokasi)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.759	9

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Dari tabel diatas hasil dari uji reliabilitas variable X_3 output dari *reliability Statistics* di dapatkan nilai dari *Cronbach Alpha* 0,759 yang artinya hasil tersebut lebih besar dari nilai koefisien *Alpha Cronbach* sebesar 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 4.17
Hasil Reabilitas
Variabel Y (Minat Transaksi)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.834	6

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Dari tabel diatas hasil dari uji reliabilitas variable Y output dari *reliability Statistics* di dapatkan nilai dari *Cronbach Alpha* 0,834 yang artinya hasil tersebut lebih besar dari nilai koefisien *Alpha Cronbach* sebesar 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

4.4.3 Uji Asumsi Klasik

4.4.3.1 Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak, karena data yang baik adalah data yang memiliki distribusi normal. Pengujian

digunakan adalah *one sample kolmogrov-smirnov*. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila memenuhi syarat dengan ketentuan jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal jika sebaliknya nilai signifikansinya $< 0,05$ maka data tersebut tidak normal. Hasil analisis disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.18
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03180000
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.041
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas bahwa nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga model dapat

digunakan untuk pengujian hipotesis atau data tersebut berdistribusi normal, dan dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima yang artinya terdapat pengaruh antara variabel x terhadap variabel y.

4.4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, atau bahasa sederhannya untuk melihat terdapat gangguan atau tidak terhadap data. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai VIF, dengan ketentuan nilai VIF harus lebih kecil ($<$) dari 10 maka akan dikatakan tidak terdapat multikolinieritas.

Tabel 4.19
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.686	2.485		2.288	.024		
kelas sosial	.233	.068	.305	3.408	.001	.918	1.090
jaminan rasa aman	.266	.111	.271	2.408	.018	.581	1.720
Lokasi	.087	.067	.142	1.300	.197	.620	1.614

a. Dependent Variable: minat transaksi

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel X_1 adalah $0,9118 > 0,10$ dan nilai VIF $1,090 < 10,00$, untuk variabel X_2 nilainya adalah $0,581 > 0,10$ dan nilai VIF $1,720$, sedangkan untuk variabel X_3 nilai *tolerancenya* adalah $0,620 > 0,10$ dan nilai VIF $1,614$ maka dari hasil ketiga variabel dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data yang di uji.

4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara memprediksinya dilakukan dengan melakukan uji *glejser* sebagai berikut:

Tabel 4.20
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2.241	1.567		1.431	.156
	Kelas	-.029	.043	-.070	-.662	.510
	Jaminan	-.023	.070	-.045	-.336	.737
	Lokasi	.041	.042	.126	.979	.330

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data dprimer diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikasinnya dari ketiga variabel lebih besar dari 0,05 dengan rincian, untuk variabel X1 nilai signifikansi yang dihasilkan 0,510 > 0,05, untuk variabel X2 nilai signifikansi 0,737, sedangkan dari variabel X3 nilai signifikansinya 0,330 > 0,050. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa pada model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas pada masing-masing variabel independen.

4.4.4 Uji Linier Berganda

Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Penelitian ini diketahui bahwa $n=100$ pada signifikan 5% dengan menggunakan uji 2 sisi di peroleh nilai tabel

Tabel 4.21
Uji Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.686	2.485		2.288	.024
KELAS	.233	.068	.305	3.408	.001
JAMINAN	.266	.111	.271	2.408	.018
LOKASI	.087	.067	.142	1.300	.197

a. Dependent Variable: TANSAKSI

Sumber: data primer diolah tahun 2018

Persamaan regresi yang di dapatkan dari hasil perhitungan

diasas adalah sebagai berikut: $Y = 5,686 + 0,233X_1 + 0,266X_2 + 0,087X_3 + e$

Dimana:

Nilai a= 5,686

Y: Variabel Minat Transaksi

X_1 : Variabel Kelas Sosial

X_2 : Variabel Jaminan Rasa Aman

X_3 : Variabel Lokasi

Berdasarkan regresi diatas, dapat di interpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta atau a = 5,686 menunjukkan bahwa tingkat minat transaksi adalah 5,686 jika variabel Kelas Sosial (X_1), Jaminan Rasa Aman (X_2), Lokasi (X_3) adalah 0 (nol)

- b. Dari persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel Kelas Sosial (X_1), mempunyai arah koefisien regresi positif dengan kepuasan nasabah yaitu 0,233 yang berarti bahwa jika kelas sosial mengalami peningkatan sebesar 1% maka Keputusan minat Transaksi akan mengalami peningkatan sebesar 5,686%. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan yang searah antara Kelas Sosial dan Minat Transaksi, maka apabila nilai Kelas Sosial meningkat maka Minat Transaksi juga meningkat.
- c. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel Jaminan Rasa Aman (X_2) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,266 artinya jika Jaminan Rasa Aman mengalami peningkatan 1% maka Minat Transaksi (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 5,686%. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan yang searah antara Jaminan Rasa Aman dengan Minat Transaksi.
- d. Selanjutnya juga dengan koefisien regresi variabel Lokasi (X_3) sebesar 0,87 artinya jika Lokasi mengalami Peningkatan maka nilai Minat Transaksi meningkat. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan yang searah antara Lokasi dengan Minat Transaksi.

4.4.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Atau

dapat diartikan untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen pada suatu persamaan, maka hasil dari uji determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.22
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.541 ^a	.293	.271	3.0788	1.829

a. Predictors: (Constant), LOKASI, KELAS, JAMINAN

b. Dependent Variable: TANSAKSI

Sumber: Data primer diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas, besarnya koefisien determinasi atau *adjusted R²* adalah 0,271 hal tersebut berarti 27,1% variabel minat transaksi dapat dijelaskan oleh variabel kelas sosial, jaminan rasa aman, dan lokasi sedangkan sisanya (100% - 27,1%) adalah 72,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji tersebut menjelaskan bahwa masih terdapat variabel independen lain yang dapat mempengaruhi Minat Transaksi.

4.4.6 Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui signifikansi persamaan yang digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y). Dengan kriteria pengujian yaitu jika $F_{hitung} < F_{Tabel}$ maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan jika $F_{hitung} > F_{Tabel}$ maka terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari Uji f dapat dilihat dari output *ANOVA* berikut ini:

Tabel 4. 23

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	377.251	3	125.750	13.266	.000 ^b
Residual	909.989	96	9.479		
Total	1287.240	99			

a. Dependent Variable: Transaksi

b. Predictors: (Constant), Lokasi , Kelas, Jaminan

Sumber: data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan data pada kolom F diatas nilai F_{hitung} adalah 13,266. Sedangkan F_{Tabel} diperoleh nilai dari df 1 (jumlah variabel) k- n atau $3-1 = 2$ dan df 2 (n-k) atau $100-3= 96$ dan menghasilkan nilai F_{Tabel} sebesar 3,09. Nilai tersebut menjelaskan bahwa $F_{hitung} > F_{Tabel}$ karena $13,266 > 3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti

variabel kelas sosial, jaminan rasa aman dan lokasi secara bersama-sama memiliki pengaruh simultan terhadap minat transaksi.

4.4.7 Uji Parsial (Uji T)

Uji signifikansi ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik t. Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan derajat keabsahan 5 %. Atau dengan kata lain uji t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen atau bebas secara individual dalam mengukur variabel dependen. Dengan ketentuan apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dan apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Dan jika nilai $Sig < 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dan sebaliknya jika nilai $Sig > 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Penelitian ini menggunakan t_{tabel} diperoleh dari $df = n-k-1$ ($100-3-1 = 96$) dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar 1,984. Berikut adalah hasil dari uji T adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 24
Hasil uji T

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
Model				

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.686	2.485		2.288	.024
Kelas	.233	.068	.305	3.408	.001
Jaminan	.266	.111	.271	2.408	.018
Lokasi	.087	.067	.142	1.300	.197

a. Dependent Variable: Transaksi

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

a) Variabel kelas sosial

Dari hasil perhitungan diatas di dapatkan nilai t_{hitung} sebesar $3,408 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 di tolak dan H_1 diterima yang artinya bahwa variabel X_1 (kelas sosial) berpengaruh terhadap variabel Y (minat transaksi). dan nilai t_{hitung} positif, yang artinya berpengaruh positif, semakin meningkat kelas sosial maka akan semakin meningkat juga minat transaksi

b) Variabel jaminan rasa aman

Dari hasil perhitungan pada tabel diatas nilai t_{hitung} sebesar $2,408 > 1,984$ dan nilai signifikan $0,018 < 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel X_2 (jaminan rasa aman) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (minat transaksi). Nilai t_{hitung} positif dan

signifikan, semakin meningkat jaminan rasa aman maka akan semakin meningkat juga minat transaksi

c) Variabel lokasi

Dari hasil perhitungan pada tabel diatas nilai t_{hitung} sebesar $1,300 < 1,984$ dan nilai signifikan $0,197 > 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya variabel X_3 (lokasi) tidak berpengaruh terhadap variabel Y (minat transaksi).

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Kelas Sosial Minat Transaksi Di Bank Syariah

Berdasarkan pengujian perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,408 > 1,984$ serta nilai koefisien β dari variabel kelas sosial bernilai positif yaitu $0,233$. Dengan uji signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, Maka dapat dirumuskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan variabel kelas sosial berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kelas sosial maka akan semakin tinggi tingkat dalam minat transaksi masyarakat di bank syariah. Hal ini dapat dilihat pula dalam tabel distribusi jawaban responden dengan variabel kelas sosial membuktikan bahwa sebesar 51 % atau 51 responden setuju bahwa semakin besar kekayaan yang dimiliki semakin besar keputusan dalam menggunakan transaksi di bank syariah.

Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Philip kotler dan Gary Armstrong dalam bukunya yang berisi bahwa kelas sosial tidak ditentukan hanya oleh satu faktor, seperti pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lain.¹⁰⁹ Yang berarti bahwa pendidikan, pendapatan pekerjaan dan kekayaan dapat mempengaruhi tingkatan dalam jenjang kelas sosial yang tercipta dimasyarakat yang berpengaruh terhadap sikap masyarakat akan melakukan transaksi di bank syariah.

Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Himyar Pasrizal, Ubud Salim & Umar Nimran (2012)¹¹⁰ yang menyatakan bahwa hubungan variabel kelas sosial terhadap keputusan menjadi nasabah adalah signifikan dengan nilai *loading* sebesar 0,251. Artinya semakin meningkat kelas sosial pengusaha maka semakin memperkuat keputusan menjadi nasabah, kelas sosial memberikan pengaruh yang berarti terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah semakin kuat.

4.5.2 Jaminan Rasa Aman Berpengaruh Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syaria'h.

Berdasarkan hasil pengujian perbandingan variabel X_2 (jaminan rasa aman) dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,408 >$

¹⁰⁹ Lihat BAB II, h. 25.

¹¹⁰ Himyar pasrizal, Ubud salim dan umar nimran, *Loc.cit.* h. 719.

1,984 dan nilai koefisien β dari variabel jaminan rasa aman bernilai positif yaitu 0,266, dengan nilai signifikansi variabel jaminan rasa aman sebesar $0,018 < 0,05$ Maka dapat dirumuskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan variabel jaminan rasa aman berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi. Salah satu yang menjadi nilai dalam jaminan rasa aman yaitu dengan telah terbuktinya keamanan secara fisik yang dirasakan nasabah sebelumnya baik dari petugas bank ataupun dari pihak security yang dirasakan nasabah diperoleh rasa aman secara psikis, karena itu nasabah tidak merasa was-was dan khawatir serta terancam akan uang yang telah titipkan atau telah di percayakan dalam melakukan transaksi di bank syariah. Hal ini dapat pula dilihat dari tabel distribusi jawaban responden variabel jaminan rasa aman bahwa sebesar 60% atau 60 responden menyatakan bahwa setuju akan pelayanan yang diberikan pegawai bank memberikan ketertarikan tersendiri untuk melakukan transaksi.

Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra yang menyatakan “karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggan”. Jadi dengan adanya kepercayaan yang diberikan terhadap pelanggan dengan rasa aman,

maka pelanggan akan merasa puas dengan layanan.¹¹¹ Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh yohanes setyawan & edwin japariato (2014)¹¹² yang menyatakan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Danamon dengan arah positif sebesar 0,318.

4.5.3 Lokasi Berpengaruh Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syari'ah

Berdasarkan hasil pengujian perbandingan variabel X_2 (jaminan rasa aman) dapat dilihat bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,300 < 1,984$ dan nilai koefisien β dari variabel jaminan rasa aman bernilai positif yaitu 0,087 dengan nilai signifikansi hasil dari pengujian sebesar $0,197 > 0,05$. Maka dapat dirumuskan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan variabel jaminan rasa aman tidak berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi. Di Bank Syariah pada masyarakat desa bandar jaya. Hal ini memiliki arti bahwa meskipun lokasi yang dekat dengan bank ataupun dekat dengan pasar tidak menjadikan nilai tambah untuk bertransaksi di bank syariah karena memang sejak awal tidak adanya ketertarikan dengan bank syariah. Serta dapat pula di lihat dari tabel distribusi jawaban

¹¹¹ Lihat BAB II h. 29

¹¹²Yohana neysa Setyawan dan Edwin Japariato, *Loc.cit*, h. 4.

responden dengan variabel kelas sosial yang menyatakan bahwa pertanyaan ke 3 memiliki jawaban yang bervariasi dengan perolehan hasil sangat setuju sebesar 2%, setuju sebesar 43%, ragu-ragu sebesar 24%, tidak setuju sebesar 25% dan sangat tidak setuju sebesar 6% dengan pertanyaan bahwa keberadaan bank yang dekat pasar memudahkan untuk mencari calon nasabah.

Hal ini tidak sejalan dengan teori yang di kemukakan oleh Ma'ruf menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dimana lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dimana lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama.¹¹³ Teori tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizqa Ramadhaning Tyas & Ari Setiawan(2012)¹¹⁴ yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan lokasi BMT terhadap keputusan nasabah untuk menabung, yang dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,480 > 1,7011$), dengan taraf signifikansi 5%.

¹¹³ Lihat BAB II, h.35.

¹¹⁴ Rizqa ramadhaning tyas dan Ari setiawan, *Loc.cit*, h. 293.

Ini dibuktikan dalam penelitian ini yang menghasilkan bahwa tempat yang strategis tidak menjadi jaminan untuk masyarakat dapat berminat melakukan transaksi di bank syariah. Serta lingkungan yang dekat dengan pasar dan akses jalan yang mudah tidak menjadikan masyarakat desa bandar jaya timur banyak yang melakukan transaksi di bank syariah hanya sebagian saja yang melakukan transaksi di bank syariah.

4.5.4 Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, dan Lokasi secara Bersama-sama Terhadap Minat Transaksi di Bank Syari'ah

Berdasarkan pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen nilai *Adjusted R Square* diperoleh 0,271 atau 27,1%. Artinya bahwa 27,1% variasi variabel independen memberikan kontribusi terhadap variabel minat Transaksi sebesar 27,1% atau berpengaruh tidak cukup kuat sedangkan sisanya 72,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiono dimana kriteria pengujian R^2 tersebut menunjukkan pengaruh yang tidak cukup kuat karena nilai R^2 mendekati 0.

Secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh uji F menunjukkan F_{hitung} sebesar $13,266 > F_{tabel}$ sebesar 3,09, yang artinya variabel kelas sosial, jaminan rasa aman, dan lokasi secara bersama-sama

berpengaruh positif terhadap minat transaksi di bank syariah pada masyarakat desa bandar jaya timur. Hal ini pun menjawab hipotesis (H_2) yang menyatakan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara kelas sosial, jaminan rasa aman, dan lokasi secara bersama-sama terhadap minat transaksi di bank syariah.

Dan terlihat dari hasil yang didapatkan berdasarkan uji T melihat dari hasil nilai Beta untuk melihat variabel mana yang memberikan kontribusi terbesar dalam hal yang mempengaruhi variabel Y. Didapatkan bahwa kelas sosial memperoleh hasil 0,305, jaminan rasa aman memperoleh hasil 2,71 dan lokasi memperoleh hasil 0,142 hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi terbesar variabel X terhadap variabel Y adalah variabel kelas sosial dengan perolehan angka terbesar yaitu 0,305.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syari’ah di Bank Syariah Studi Pada Masyarakat Desa Bandar Jaya Timur Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah” adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian Variabel kelas sosial (X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi masyarakat di Bank Syari’ah yang berarti bahwa kelas sosial memiliki pengaruh untuk mengukur minat masyarakat dalam melakukan transaksi di Bank Syari’ah dan dari hasil memiliki hubungan yang searah dan bernilai positif
2. Sedangkan untuk variabel jaminan rasa aman (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat transaksi yang berarti jaminan rasa aman juga memiliki pengaruh terhadap minat transaksi di Bank Syari’ah dan memiliki hubungan yang searah dan bernilai positif
3. Dan untuk variabel lokasi (X_3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat transaksi yang berarti variabel lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap lokasi pada masyarakat akan minat transaksi di Bank Syari’ah

4. Sedangkan berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara bersama-sama bahwa kelas sosial, jaminan rasa aman, dan lokasi memiliki pengaruh dan membuktikan bahwa kelas sosial dan jaminan rasa aman yang terjadi dimasyarakat baik makan akan berdampak pada minat transaksi masyarakat di Bank Syari'ah akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan maka diajukan beberapa saran yang bertujuan untuk kemajuan minat transaksi di bank syari'ah dan kemajuan dalam berfikir masyarakat desa bandar jaya timur sebagai berikut:

1. Bagi bank syariah untuk dapat menciptakan produk yang sesuai dengan kemampuan masyarakat seperti produk untuk kalangan menengah kebawah dan produk kalangan menengah ke atas agar masyarakat tidak ragu ataupun minder untuk melakukan transaksi di bank syari'ah bagi masyarakat yang memiliki kelas menengah ataupun kelas atas.
2. Mengadakan sosialisasi akan bank syariah kepada masyarakat agar merasa aman dalam melakukan transaksi bagi nasabah maupun calon nasabah.
3. Untuk dapat memperbaiki sistem dalam pemasaran hingga ke daerah-daerah pelosok desa agar masyarakat mengenal lebih apa itu bank syariah yang selama ini tidak mereka kenal akibat kurangnya pengenalan

terhadap masyarakat. Walaupun lokasi bank berada sudah strategis jika kurangnya sosialisasi maka minat transaksi masyarakat akan berkurang

4. Dan perlu adanya sosialisasi lebih lanjut kepada masyarakat akan keberadaan bank syariah agar masyarakat mengetahui dan mengerti akan bank syari'ah. Dan masyarakat paham akan bahwa dalam menggunakan jasa perbankan tidak hanya mementingkan keuntungan finansial juga tetapi dalam sisi masalah bagi kehidupan.

DAFTAR PUSTAKA

Literatur Buku

- Abdullah. Thamrin, Francis Tantri, *Bank dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013)
- A.Karim. Adiwarman, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, edisi IV, cet. Ke 7 (Jararta: PT RajaGrafindp Persada, 2010)
- Anwar. M.Ahmad, *Prinsip-prinsip Metodologi Research* (Yogyakarta: Sumbangsih, 1975)
- Alqur'an Terjemah, (Bandung: Syaamil Quran)
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012)
- Asfar. Farida, *Manajemen Jasa*, (Ghalia Indonesia, 2009)
- B. Horton. Paul , "*Sosiologi*" , Jilid 2, (Jakarta : erlangga, 2007)
- Fu'rad Abdul Baqi. Muhammad, Al Lu' wal Marjan, "*Kumpulan hadits Shahih Lengkap Bukhari Muslim*" (Yogyakarta: Ghani Pressindo 2012)
- Ghozali. Imam, *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi* (Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2002)
- J. Setiadi, Nugroho. *Perilaku konsumen (perspektif kontemporer pada Motif, tujuan, dan keinginan konsumen)* edisi revisi ke 5, (Jakarta: PT Kencana Putra Utama, 2013)
- Jasfar. Farida, *Manajemen Jasa*, (Ghalia Indonesia, 2009)
- Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi, 2007)
- Kadir Muhammad. Abdul, *Pengantar Metodologi Research*, (bandung: Alumni 1998)
- Kadir, *Statistika Terapan Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan program SPSS/Lisrel dalam penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015)

Kamus besar bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi IV (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011)

Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2010)

_____. *Bank dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002)

_____. *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2004),

Kotler. Philip & Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, jilid 1 (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2001)

_____. *Manajemen Pemasaran*, Edisi XI, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005)

_____. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi 12 (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2006)

_____. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2007)

Indriantoro. Nur & Supomo, Bambang, *Metodologi penelitian bisnis untuk akutansi dan manajemen*, (Yogyakarta: BPFE YOGYAKARTA, 2002)

IAIN Raden Intan Lampung, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa*, (Bamdar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2015)

Irawan. Farid & Wijaya, *Pemasaran Prinsip dan Kasus*, Edisi 2, (Yogyakarta: BPFE, 2000)

Mappiare. Andi, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional)

Modul Ekonometrika (dasar-dasar teori dan terapan)

Modul Ekonometrika Analisis dan Pengelolaan Data dengan SPSS dan EVIEWS (Bandar lampung, 2016)

Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015)

_____. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008)

Noor. Juliyansyah, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Kencana, 2011)

- Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016)
- Purwanto.Djoko, *Komunikasi Bisnis*, edisi 2 (Jakarta: Erlangga, 2003)
- Pabundu tika. Moh, *Metodelogi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)
- Rahayu Ningsih. Ekawati, *Manajemen Pemasaran*, (Kudus: Nora, 2008)
- Rahman Saleh. Abdul dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004)
- Remy Sjahdeini, Sutan. *Perbankan Syariah* (Jakarta: KENCANAH, 2014)
- Simamora. Bilson, *Aura Merek*, (Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi, 2003)
- Soelaeman. Moenandar, *Ilmu Sosial Dasar* (Bandung: PT Refika Aditama, 2011)
- Subagyo. Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)
- Sujarweni. VWiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi, (Mixed Methods)*, (Bandung: ALFABETA, 2016)
- _____ *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* , (Bandung: Alfabeta 2014)
- _____ *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, edisi ke 3 (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Sumarwan. Ujang, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004)
- Supriyono. Maryanto, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2011)
- Swastha. Basu & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, cet. 7, (Yogyakarta: Penerbit LIBERTY, 2008)
- Tjiptono, *Menajemen Jasa* (Yogyakarta: 2007)

Literatur Jurnal

Christiana Wowor. Jessica, “Pengaruh Iklan Komersial di Radio Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Bahu Kota Manado”

Damayanti. Sisca, Vol.9.No.1, Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa “Pengaruh Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X”, (Universitas Trisaksi, Jakarta: 2016)

Faud azhar. Ahmad, Analisis pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah bank BRI di Yogyakarta, (Yogyakarta: fakultas ekonomi dan bisnis UMY)

Firdayanti. Restika, “*Persepsi Rresiko Melakukan E-commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Memberi Produk Fashion Online*”, *journal of social and industrial psychology*, vol. 1, (2002)

Muhammad Fu’rad Abdul Baqi, Al Lu’ wal Marjan, “*Kumpulan hadits Shahih Lengkap Bukhari Muslim*” (Yogyakarta: Ghani Pressindo 2012)

Indah Puspita, Ayu & Diah Sri Rejeki, “Persepsi Pemustaka Terhadap Promosi Melalui Cara Personal Selling di Perpustakaan SMA Taruna Nusantara Magelang”, Jurnal Ilmu Perpustakaan Vol. 2 No. 2 (Universitas Diponego: 2013)

Irawaty nasabah, Denisa & haroni doli harmoraron “Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat kecamatan medan helvetia dalam memilih lembaga keuangan sebagai sumber pendanaan” *jurnal ekonomi dan keuangan Vol. 1 no.6*, (Medan: 2013)

Juliana, “Identifikasi Motif Penggunaan Smartphone Di Kalangan Siswa SMK TI Airlangga Samarinda”, Ejournal ilmu komunikasi, Volume 3, Nomor 2, (Universitas Mulawarman, 2015)

Neysa Setyawan. Yohana, dan Edwin Japariato, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol.2 No. 1, “Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya”, (Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2014)

Pasrizal. Himyar, “Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial, dan Budaya Pengusaha terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah

- Mandiri di Sumatera Barat”, *Jurnal Alpikasi Manajemen Vol. 10* (STAIN Batusangkar: 2012)
- Ramadhaning Tyas. Rizqa & Ari Setiawan, vol.3,no.2, “Pengaruh Lokasi dan Kualitas terhadap keputusan Nasabah untk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang” (STAIN Salatiga: 2012)
- Rofiq. Abdul, Zainul Arifin & Wilopo, “ Pengaruh Penerapan Aida (*Attention, Interest, Desire, Action*) Terhadap Keputusan Pembelian” (Palembang: Universitas Sriwija)
- Saraswati. Risa, “Strategi Komunikasi Pengembangan Kreasi Wisata Kampung Rajut Binong Jati Sebagai Kampung Kreatif di Kota Bandung”, tesis (Bandung: Universitas Pasundan)
- Saraswati, Pradhita “*Pengaruh E-Commerce: Pengaruh, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko*” (Program S1 Jurusan Akuntansi Fakultas ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang, 2013)
- Setiadi. Nugroho J., *Perilaku konsumen (perspektif kontemporer pada Motif, tujuan, dan keinginan konsumen)* edisi revisi ke 5, (Jakarta: PT Kencana Putra Utama, 2013)
- Wira murti. I putu,& i wayan santika, “Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Bauran Produk, dan Bauran Lokasi Terhadap Transaksi Nasabah”, *Jurnal Manajemen Vol.5, No. 1,*(UNUD ,Bali :2016)

Literatur Website

<https://www.kbbi.web.id/sosial>

<https://id.wikipedia.org/wiki/jaminan/>

<https://www.scribd.com/doc/98663174/Artikel-Perbankan-Syariah>, diakses pada 9 April 2018 pada pukul 14.46

<http://www.republika.co.id/berita/duniaislam/islamnusantara/16/09/28/oe7ty73tren-bisnis-syariah-terus-meningkat>, diakses pada 10 April 2018 pukul 14.46.

<https://ayukemana.wordpress.com/2012/12/14/aida-attention-interest-desireaction/> diakses pada 30 Mei 2018, pukul 11.42.

<http://teesasisuseso.blogspot/2012/11/konsep-aida.html>, diakses pada 30 Mei 2018,
pukul 11.47